

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Petra Kastelic

Mobilna fotografija kot ritual vsakdana

Diplomsko delo

Ljubljana, 2013

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Petra Kastelic

Mentor: doc. dr. Ilija Tomanić Trivundža

Mobilna fotografija kot ritual vsakdana

Diplomsko delo

Ljubljana, 2013

Hvala mami in Sergeju ter vsem, ki ste verjeli, da mi bo enkrat le uspelo.

Mobilna fotografija kot ritual vsakdana

Mobilni telefon pod vplivom hitrega razvoja komunikacijske tehnologije neprestano predstavlja nove oblike medosebnega komuniciranja. V svojem diplomskem delu sem se osredotočila izključno na mobilno fotografijo, ki kot hibrid med komunikacijo in fotografijo predstavlja vedno bolj popularno obliko medosebne vizualne komunikacije. S prihodom mobilnih telefonov s fotoaparatom fotografija kot prvo postane del vsakdana posameznika, sledi pa tudi njena spremenjena raba, ki se kaže v drugačnih, bolj vsakdanjih motivih fotografij in njihovih novih vrednostih. Možnost pošiljanja in deljenja fotografij preko telefona pa omogoča uporabnikom medosebno vizualno komunikacijo. Prikazala sem kako se je mobilna fotografija integrirala v vsakdan posameznika in postala predvsem sredstvo ritualne komunikacije, katere ključnega pomena je upravljanje odnosov skozi vsakodnevne medosebne komunikacije. Vsebina sporočila zato ni tako pomembna kot vizualni klepet o vsakdanjih stvareh, ki jim ga foto sporočanje omogoča.

Ključne besede: medosebna komunikacija, ritualna komunikacija, posredovana komunikacija, mobilna komunikacija, fotografija.

Mobile photography as everyday ritual

The mobile phone under the influence of rapid development of communication technology constantly represents new ways of interpersonal communication. In my diploma work I focused exclusively on mobile photography, which, as a hybrid between communication and photography, represents a form of interpersonal visual communication which is more and more popular. With the arrival of mobile phones with cameras, photography on one hand became part of an individual's everyday and is on the other hand followed by the change of use of photography, which is present in different, more everyday photo motifs and their new values. The possibility of sending and sharing photos with the use of a mobile phone has enabled users interpersonal visual communication. I discovered that mobile photography has integrated in people's everyday life and became mostly a mean of ritual communication. This is why the content of the message is not as important as the visual chitchat about everyday things, which is enabled by photo messaging.

Key words: interpersonal communication, ritual communication, mediated communication, mobile communication, photography.

Kazalo

1	Uvod.....	8
2	Medosebna komunikacija.....	11
2.1	Ritualna komunikacija.....	13
2.1.1	Posredovana ritualna komunikacija.....	14
3	Mobilni telefon in mobilni fotoaparatus.....	16
3.1	Mobilna fotografija.....	17
3.2	Vizualna (medosebna) komunikacija.....	18
4	Empirični del.....	21
4.1	Analiza in interpretacija rezultatov raziskave.....	23
4.1.1	Vrste uporabnikov.....	23
4.1.2	Primerjava rabe fotaparata in mobilnega telefona.....	27
4.1.3	Mobilna fotografija.....	34
4.1.4	Raba mobilnih aplikacij.....	37
4.1.5	Vizualna komunikacija kot medosebna ritualna interakcija.....	40
5	Sklep.....	47
6	Literatura.....	49
	Priloga A: Vprašalnik – Raba fotoaparata na mobilnem telefonu.....	51

Kazalo tabel

Tabela 4.1: Spol.....	22
Tabela 4.2: Vprašanje 1	23
Tabela 4.3: Vprašanje 2	23
Tabela 4.4: Vprašanje 3	24
Tabela 4.5: Vprašanje 5	27
Tabela 4.6: Vprašanje 6	27
Tabela 4.7: Vprašanje 7	28
Tabela 4.8: Vprašanje 9	28
Tabela 4.9: Vprašanje 10	31
Tabela 4.10: Vprašanje 11.....	33
Tabela 4.11: Vprašanje 12.....	34
Tabela 4.12: Vprašanje 13.....	35
Tabela 4.13: Vprašanje 14.....	35
Tabela 4.14: Vprašanje 15.....	38
Tabela 4.15: Vprašanje 16 (prvi del).....	38
Tabela 4.16: Vprašanje 16 (drugi del)	38
Tabela 4.17: Vprašanje 18.....	39
Tabela 4.18: Vprašanje 19.....	39
Tabela 4.19: Vprašanje 20.....	40
Tabela 4.20: Vprašanje 21.....	43

Kazalo grafov

Graf 4.1: Raba funkcij na mobilnem telefonu (primerjava uporabnikov in neuporabikov pametnih telefonov)	26
Graf 4.2: Pogostost rabe fotoaparata in mobilnega fotoaparata ter komuniciranja z vizualnim materialom (uporabnik pametnih telefonov).....	29
Graf 4.3: Pogostost rabe fotoaparata in mobilnega fotoaparata ter komuniciranja z vizualnim materialom (neuporabniki pametnih telefonov)	30
Graf 4.4: Raba mobilnega telefona in fotoaparata ob različnih priložnostih	32
Graf 4.5: Pogostost rabe glede način rabe mobilnih fotografij.....	36
Graf 4.6: Prakse rabe mobilne fotografije	42
Graf 4.7: Mobilna fotografija kot vizualna komunikacija.....	44

1 Uvod

Hiter razvoj tehnologije v zadnjih desetletjih je v vsakdan posameznika prinesel številne spremembe tako v komunikaciji, kot tudi v načinu življenja. Mobilni telefon je eden izmed tistih medijev, ki se je od vseh tehnologij najbolj tesno integriral v vsakdanje življenje in postal življenjski sopotnik sodobnega človeka. Danes nam mobilni telefon ter z njim povezane storitve ne omogočajo več le glasovne komunikacije, temveč še vrsto drugih komunikacijskih in prav tako tudi ne komunikacijskih funkcij. Z njegovo uporabo se je razvila kultura, v kateri smo vedno več v stikih, telefonsko komuniciranje pa razširja družbeno aktivnost, pospešuje ritem družbenega življenja, medosebnih odnosov in konverzacije.

Komuniciranje ima že od nekdaj ključno vlogo v naših življenjih, medsebojno povezovanje pa je nujno potrebno za socialno življenje ljudi. S prihodom medijsko-komunikacijskih tehnologij so se močno spremenili medosebni odnosi in medosebno komuniciranje ter družbena interaktivnost. Medosebno komuniciranje kot ključna značilnost telefonske komunikacije, se z razvojem mobilnih telefonov razširila na področje medijske rabe in produkcije vsebine. Danes se mobilni telefon uporablja tako za glasovno klicanje, pošiljanje sms sporočil kot tudi poslušanje glasbe, snemanje fotografij in video posnetkov ter uporabo interneta. Mobilni telefon je močno transformiral strukturo vsakdana, saj je s svojo vseprisotnostjo tesno integriran v vsakdanje življenje.

Vendar pa, ker je bilo o rabi mobilnega telefona in o tem kako se je le-ta integriral v vsakdanje življenje posameznika, že kar nekaj napisanega, o rabi vseh ostalih storitev, ki nam jih mobilni telefon omogoča pa bolj malo, sem se odločila, da bom svoje raziskovanje posvetila mobilni kameri. Ko so se pred dobrimi desetimi leti pojavili prvi telefoni z vgrajenim fotoaparatom, so se ti seveda masovno uporabljali, vendar je bila kvaliteta fotografije slaba. S hitrim tehnološkim razvojem se je to močno spremenilo in dandanes je fotografija eden glavnih dejavnosti, ki jih večina uporabnikov pametnih

telefonov uporablja zelo pogosto. Kakovost digitalnih fotoaparatorov, s katerimi so opremljeni pametni mobilni telefoni, je že povsem primerljiva s kompaktnimi aparati nižjega cenovnega razreda. Iz tega in vrsto drugih razlogov, kot je ta, da imamo mobilni telefon vedno pri sebi in lahko fotografije še v istem trenutku delimo s prijatelji, je kamera na mobilnem telefonu postala nepogrešljiv del našega vsakdana in s tem tudi vplivala na spremembe v medosebnem komuniciranju in vsakdanjih aktivnostih.

Pri svoji raziskavi se bom predvsem osredotočila na integracijo mobilnega fotoaparata v vsakdanje življenje, njegovo rabo ter medosebno interakcijo s fotografijami med posamezniki. Z razvojem mobilnih fotoaparatorov in cenovno dostopnimi mobilnimi telefoni se poveča tudi število ljudi, ki ima možnost fotografiranja, oblike rabe pa se od posameznika do posameznika razlikujejo. Ljudje začnejo s pomočjo mobilnih fotografij komunicirati in postanejo bolj kreativni, saj imajo možnost, da posnamejo skoraj karkoli se zgodi okoli njih. Nekatere fotografije so zbrisane, druge shranjene in tretje objavljene oziroma deljene z drugimi. S pojavom mobilne fotografije pride tudi do spremembe rabe fotografije, še posebej osebne fotografije. Družinske fotografije, ki so pred tem služile zgolj kot osebni spomin ožji družini in znancem, so sedaj pogosto javno dostopne. Mobilni telefon ni več le prenosna komunikacijska naprava temveč pomembno prispeva k digitalnemu spominu in služi kot pripomoček pri vsakdanjih opravilih.

Ena izmed pomembnih funkcij mobilne fotografije je vizualna komunikacija, kateri bom v nadaljevanju posvetila največ prostora. Kot pravi Mirjana Ule (2009) so nova digitalna komunikacijska orodja ključni mediji posredovanega komuniciranja, katerih učinki so osrednji procesi posredovanega medosebnega komuniciranja, ki spreminjajo medosebne odnose in vsakdanje življenje. Skozi diplomsko delo bom zato poskušala potrditi naslednje tri pomembne hipoteze: mobilna fotografija je postala sredstvo vsakdanje ritualne komunikacije posameznika; mobilno fotografijo postane fotografija integralni del vsakdanje medosebne komunikacije; mobilna fotografija služi kot mobilni spomin, ki je vedno dostopen in je pogosto sredstvo pogovora.

Diplomsko delo je sestavljeno iz teoretskega in empiričnega dela. V prvem delu bom govorila o medosebni komunikaciji, kjer bom poseben poudarek namenila ritualni

komunikaciji, kot eni izmed oblik medosebnega komuniciranja. James W. Carey (1989) govori o komuniciranju kot ritualnem dogajanju in pravi, da vsakdanje medosebno komuniciranje temelji na ritualnih interakcijah med ljudmi, ki so namenjene vzdrževanju vsakdanjih odnosnih razmerij in odnosnega komuniciranja. Vsakdanji interakcijski rituali imajo, v nasprotju z ideologiziranimi oblikami ritualov, ustvarjalno in transformativno vlogo, so primernejši in bolj dinamični. Randall Collins (2004) pravi, da so ritualne interakcije ključnega pomena za družbeno življenje in komuniciranje. »Vsakdanje komuniciranje je ritualno, ker so zanj značilni sodelovanje v skupnem dogajanju, skupna gradnja pomenov, skupinski priklic pomenljivih odgovorov« (Carey v Ule 2005, 78). V nadaljevanju teoretskega dela se bom osredotočila na fotografijo kot predmet vizualne komunikacije z mobilnim telefonom, saj o ritualnih interakcijah lahko govorimo tudi v mobilni komunikaciji. Richard Seyer Ling (2008, 6) je ugotovil, da je možno določene značilnosti mobilnih komunikacij opredeliti kot posredovane ritualne interakcije. Pravi, da je ritualistična komunikacija vzpostavljena z izražanjem stanja, mnenja ali čustva, kar se ujema s Careyjevo definicijo ritualne komunikacije, ki pravi, da je komunikacija pogosto bolj pomembna kot jasen prenos informacije.

V drugem, empiričnem delu pa bom opravila kvantitativno študijo v obliki anketnega vprašalnika, ki sem ga sestavila na podlagi teoretskega dela. Na ta način bom preverila v kolikšni meri je spremenjena fotografska praksa in kako se je z možnostjo deljenja fotografij preko mobilnega telefona spremenila medosebna komunikacija. Analizi in interpretaciji dobljenih rezultatov bo sledil zaključna razprava, v kateri bom povzela ugotovitve ter ovrgla oziroma potrdila postavljene hipoteze.

2 Medosebna komunikacija

Vsakdanji svet je svet, v katerem neposredno živimo, medtem ko vsakdanje življenje določajo naša dejanja in dejanja naših soljudi. »Vsakdanji svet je torej ljudem najbližja, najbolj priročna realnost, ki nam nudi orientacijsko osnovo in ozadje za vsa naša instrumentalna in komunikacijska dejanja, za interpretacijo realnosti in nas samih« (Ule 1993, 23–24). Vsakdanje življenje je zaradi vpetosti v različne naravne, družbene in psihosocialne ritme, tipično ciklično organizirano. Poleg ritma izmenjave dni in noči, letnih časov in drugih naravnih ritmov, se življenje ljudi navezuje tudi na vsakdanje obveznosti in pričakovanja o poteku življenja. Vsako področje dejavnosti ima svoja pravila in norme, zaradi katerih se mora človek vedno znova integrirati, s čimer ohranja svojo identiteto. Obstajajo pa še druge, manj opazne oblike psihosocialnega kroženja vsakdanjega življenja, kot na primer dnevni poteki ljudi, ki so prav tako pomembni (Ule 1993, 55–56). Vsakodnevno življenje tako sega na vsa področja življenja in dejavnosti ljudi, in so zato zanj ključnega pomena različne vrste medosebnih oziroma socialnih odnosov. Prevladujejo neformalni medosebni odnosi, predvsem intimni odnosi, ki vključujejo emocije in strasti akterjev teh odnosov ter so navadno izvor večine centralnih dogodkov vsakdanjega življenja (Ule 1993, 65). Ključnega pomena v medosebnih odnosih je izmenjava informacij, predmetov, dejanj, misli, čustev idr. med partnerji (Ule 1993, 69).

S prihodom mobilnih telefonov se je medosebna komunikacija močno spremenila, s tem pa tudi medosebni odnosi. Komuniciranje je kot osrednja socialna dejavnost ključnega pomena v vsakdanjem življenju ljudi, zato mobilni telefoni igrajo pomembno vlogo pri povezovanju in medosebni komunikaciji. Za medosebno komunikacijo je bila značilna neposredna glasovna konverzacija, medtem ko so mobilni telefoni in danes skoraj nepogrešljivi ti. pametni telefoni v medosebne odnose vnesli popolnoma nove oblike komuniciranja. Sprva so telefoni omogočali povezovanje le dveh ljudi hkrati, danes pa omogočajo še številne druge funkcije. Prav tako pa je spremenila tudi sama mobilna komunikacija, saj mobilni telefon kot komunikacijska naprava ni več omejen le na

prenos glasu, temveč omogoča tudi prenos drugih multimedijskih vsebin, kot so fotografije, glasba, video posnetki idr. Vzporedno s tem, ko je bila vizualna komunikacija predstavljena področju telefonske komunikacije, je namreč telefon s fotoaparatom medosebno komunikacijo bolj zanesljivo vključil v fotografijo oziroma fotografsko komunikacijo (Villi 2010).

V komunikacijskih študijah je poudarek predvsem na verbalni komunikaciji, medtem ko je o vizualni medosebni komunikaciji zapisanega bolj malo. Danes vedno bolj razširjeno komuniciranje z multimedijskimi sporočili oziroma 'foto sporočili', kot jih v svoji študiji poimenuje Mikko Villi (2010), je še precej neraziskano področje komuniciranja. Prav tako tudi fotografija kot sredstvo sporočanja ni pogosto vključeno v komunikacijske študije, saj je pred prihodom medijsko posredovane komunikacije fotografija služila bolj kot spomin ali predmet pogovorov v družbi.

S prihodom tehnoloških inovacij se je spremenil tudi način komuniciranja. Hanno Hardt v eseju *Talk, or the decline of conversation in the age of mass communication* pravi, da se ljudje vedno bolj poslužujejo pogovora, ki ga označi kot novo obliko postmoderne konverzacije, za katero je značilna uporaba besed zavoljo komunikacije namesto vključitve v določene teme. Hardt primerja sodobne prakse z izmenjavo besed raje kot z nepretrgano konverzacijo, kar se kaže v prevladi tako imenovanega klepeta ali praznega pogovora, ki je značilen za sodobne družbe (Hardt 2008). Bolj pomembno postane, da si slišan, kot kaj je bilo povedano ali kako je bilo izraženo. Potreba po premisleku in umetnost poslušanja, dve bistveni značilnosti konverzacije, sta premagani s strani sodobnih pogovorov. Novi mediji omogočajo hiter in poceni dostop do družine in prijateljev, kar omogoča novo povezavo med ljudmi in njihovim družbenim okoljem. Lahkotnost in dostopnost novih tehnologij omogoča konverzacijo kot izmenjavo besed, zmožnost povezovanja z drugimi in hkrati uveljavljanje samega sebe. Konverzacija se tako nanaša neposredno na idejo o skupnosti in komunikacijo, ki je po besedah Johna Deweya »temelj in vir vseh aktivnosti in odnosov« znotraj skupnosti posameznikov« (v Hardt 2008, 20).

Prav tako kot Hardt je Deweyevo kritiko komunikacije za izhodišče svoje študije uporabil tudi James W. Carey (1989), ki v eseju *A Cultural Approach to Communication* loči transmisijski in ritualni pogled na komuniciranje. Za prvega je osrednjega pomena ideja prenosa sporočil oziroma signalov na daljavo za nadzor tako razdalje kot ljudi. Medtem pa je osnovna ideja ritualnega pogleda konstrukcija in ohranjanje družbe v času in reprezentacija skupnih prepričanj, zato je po njegovem mnenju le-ta boljši za razlago vsakdanjega komuniciranja. Carey pravi, da je komunikacija trdno povezana z odnosi med ljudmi in je sredstvo ustvarjanja in vzdrževanja skupnosti. O komuniciranju govori kot o ritualnem dogajanju, saj gre za sodelovanje v skupnem dogajanju, skupni gradnji pomenov ter skupinskem priklicu pomenljivih odgovorov.

2.1 Ritualna komunikacija

Sodobni teoretiki ritualov, kot so Randall Collins, Eric Rothenbuhler in James Carey, zavračajo tradicionalno pojmovanje ritualov, ki je iz antropološkega vidika razumljeno kot ponavljajoč se, ciklični obred, za katerega so značilna ceremonijska pravila medosebne komunikacije kot so pozdravi in nagovori. Ločijo med ideologiziranimi oblikami ritualov, kjer gre za rutinsko vedenje ter ravnanje, in vsakdanjimi ritualnimi interakcijami po utrjenih dogovorih, navadah in običajih.

Ti vsakdanji rituali predstavljajo prefinjeno tkivo vsakdanjih odnosov in vsakdanjega komuniciranja, ki je preprosto nepogrešljivo, saj vzpostavljajo in krepijo medsebojno zaupanje in medsebojno solidarnost partnerjev. V teh ritualnih interakcijah pogosto ni toliko pomembno, kdo kaj reče, kaj ima za povedati, temveč ali zna slediti tihim pričakovanjem svojih partnerjev glede ohranjanja ritma pogovora. Vsebinsko pogovora izberemo tako, da ustreza predvidenemu ritmu interakcije. Za vsakega človeka so najpomembnejše tiste ritualne interakcije, ki odločilno zaznamujejo njegovo življenje. »Vsakdanje odnosno komuniciranje je tako doživljanje sprememb v verigi interakcijskih ritualov, ki določene simbole napolnjuje s čustveno pomenljivostjo in drugim odvzema to pomenljivost« (Ule 2008, 281).

Kot teoretično izhodišče sem uporabila ritualni pogled na komunikacijo, ki ga je osnoval komunikacijski teoretik James W. Carey (1989). Carey je osnovo za njegov okvir izpeljal

iz kritik na komunikacijo, ki jih je zapisal John Dewey. V ritualnem pogledu je komunikacija definirana kot vzdrževanje družbe v času in ne dejanje prenosa informacij, ampak reprezentacija skupnih prepričanj. Glede na ritualni pogled komunikacija služi za vzdrževanje kontaktov z drugimi brez potrebe po izmenjavanju določene vsebine ali pomembnih informacij. Ritualna komunikacija je tudi zelo podobna odnosnemu vzdrževanju v medosebnih odnosih, procesih ki vzdržujejo odnos. Poleg tega ima ritualni pogled trdne povezave z odnosno komunikacijo, ki jo sestavljajo izrazi, ki definirajo naravo odnosa raje kot prenašajo informacije. V vseh teh oblikah je bistvo komunikacije vzdrževanje povezav in odnosov med ljudmi; nanaša se na odnosno komunikacijo namesto na komunikacijo, ki je v zvezi z neko dolžnostjo.

Da bi nadalje pojasnil ritualno komunikacijo, Eric W. Rothenbuhler (1998, 4–5) razlikuje med uporabo rituala kot samostalnika in kot pridevnika. Na eni strani so rituali, obredi in ceremonije kot posebni dogodki, medtem ko se na drugi strani nanašajo na ritualne vidike drugače običajnih in sedanjih dejavnosti. To omogoča tako študij '*komunikacijskih ritualov*' kot tudi '*komunikacije kot rituala*', vsakodnevnih medosebnih komunikacij, skozi katere so upravljani odnosi. Jaz sem se osredotočila na komunikacijo kot ritual, na vsakodnevni ritual znotraj medosebne komunikacije.

2.1.1 Posredovana ritualna komunikacija

Poleg Careyevega modela sem ritualno komunikacijo opisala s pomočjo idej strokovnjaka mobilnih komunikacij, Richarda S. Linga (2008), ki govori o tem, kako mobilne komunikacije preoblikujejo družbeno povezanost. Čeprav Ling svoje študije ne naveže na mobilne telefone s fotoaparatom, zelo pomembno razširi študij rituala na medosebno komunikacijo, na mikro interakcije in na 'normalne svetovljanske interakcije'. Tako se ritualne komunikacije ne nanašajo le na komunikacijo znotraj skupine, temveč tudi na komunikacijo med posamezniki. Drug zanimiv vidik Lingove študije je fokus na posredovano interakcijo. Pravzaprav Ling kritizira predhodne analize rituala in družbene kohezije s tem, ko pravi, da je bila v veliki meri osnovana na ideji fizične so-prisotnosti. Ling pravi, da je posredovana mediatizirana interakcija nadomestila, spremenila in prilagodila družbeno interakcijo.

Ling precej jasno trdi, da lahko značilne oblike mobilne komunikacije preučujemo kot posredovane ritualne interakcije. Pogosto niso določene besede besedilnega sporočila ali vsebina klica tiste, ki so pomembne, temveč proces komuniciranja. Neposredna povezava med ritualnim pogledom komunikacije in mobilno komunikacijo pa je tudi koncept povezanosti. O povezanosti so široko razpravljali v literaturi o mobilnih komunikaciji. Povezanost ima še posebej opraviti z vzdrževanjem odnosov s povezovanjem le zavoljo povezovanja. Z uporabo mobilnih telefonov lahko komunikatorji ponovno zagotovijo odnos na še vedno trajajoči in neprekinjeni osnovi.

3 Mobilni telefon in mobilni fotoaparati

Tehnološki razvoj in marketing zadnje generacije mobilnih telefonov sta prinesla mobilne telefone z barvnimi ekrani zadovoljive velikosti in kakovosti, kar omogoča ustvarjanje čitljivih in sprejemljivih digitalnih fotografij. Poleg tega nam ti mobilni telefoni omogočajo komuniciranje prek elektronskih sporočil in/ali SMS oziroma MMS sporočil, povezavo na naraščajoče število mobilnih internetnih strani, povezavo do prejetih e-mail sporočil na našem računalniku, preskrbijo pa nas tudi s pomnilnikom za shranjevanje besedil, glasbe in fotografij. Integriran fotoaparati v mobilnem telefonu pomeni, da lahko snemamo fotografije, jih uokvirjamo s pomočjo ekrana telefona, jih gledamo na ekranu, uporabimo za ozadje telefona, hranimo in arhiviramo na telefonskem pomnilniku in jih seveda tudi pošiljamo našim prijateljem na njihove telefone ali računalnike.

S tem je postala uporaba mobilnega telefona del vsakodnevne izkušnje posameznika in zgodil se je tako imenovani »mobilni obrat« (Luthar in Oblak 2009). Ta je v sodobno družbo vnesel številne spremembe, tako na področju komuniciranja kot v strukturi posameznikovega vsakdana. Medsebojna integracija različnih tehnologij, v primeru mobilnega telefona je to možnost povezave z internetom in mobilna kamera, posameznike povezuje z zunanjim svetom, kar privede do prehajanja zunanjega sveta v zasebno življenje. Mobilni telefon kot glasovni, pisni in sedaj tudi vizualni komunikacijski medij ni le tehnično orodje, temveč konstruira tudi referenčni okvir našega izkustva, zato je potrebno fokus raziskovanja nameniti tudi domestifikaciji oziroma udomačenju nove komunikacijske tehnologije pri posamezniku. Različne rabe mobilnih telefonov med posamezniki zato niso zgolj odsev psihosocialnih razlik ali individualnih želja, temveč so vedno pogojene tudi z družbenim kontekstom. Proces domestifikacije nam v kontekstu medijskih in kulturnih študij poskuša razložiti kulturno konstrukcijo tehnologij in njihove vsakdanje potrošnje. Pomen tehnologije namreč ni določen vnaprej v fazi proizvodnje, temveč se lahko transformira tudi skozi taktike potrošnje (Luthar in Oblak 2009).

Nove tehnologije postajajo del vsakodnevnih rutin, ki se konstruirajo in obenem tudi spreminjajo v procesu domačenja. Te rutine postopoma postanejo nevidne in predmeta ne pogrešamo več zaradi njegove funkcionalnosti, temveč nam njegova odsotnost poruši utrjeno strukturo vsakdanjika. Skozi proces udomačenja pridemo do t.i. navajenosti na novo tehnologijo, ki je posledica konstrukcije rutin. Ta proces domestifikacije navadno traja kar nekaj let ali desetletij, saj morajo iti posamezniki, ki vstopajo v odnose s tehnološkimi artefakti, skozi štiri korake; fazo prisvojitve, objektivizacije, vključitve in pretvorbe (Luthar in Oblak 2009). Ling temu doda še fazo imaginacije, s katero se ta proces navadno začne. Sprva torej izdelek obstaja kot neka zamišljena potrošnja, želja. Na podlagi tega se odločimo za nakup, prisvojitvev in s tem izdelek vključimo v naše vsakdanje življenje. Vendar se krog domestifikacije tukaj ne zaključi, predmet je potrebno še raziskati, skozi dejansko uporabo spoznati njegove lastnosti in ga prilagoditi naši podobi in slogu življenja. Mobilni telefon je tehnologija, ki je zelo hitro našla svojo nišo, saj je zanesljiva in lahko dostopna. Posvojila ga je velika množica in s tem je postal samoumeven pripomoček v sodobni družbi, kar pomeni, da se je uspešno integriral vanjo (Ling 2004).

3.1 Mobilna fotografija

Carole Rivière (2005) v članku *Mobile Camera Phones: A New Form of 'Being Together' in Daily Interpersonal Communication* predstavi učinke integriranja fotografije v mobilni telefon. Pravi, da je vedno višja tehnološka zmogljivost vplivala na spremembo družbene funkcije fotografije in njeno rabo. Kot prvo je s tem, ko je fotoaparatus postal integrirani del mobilnega telefona, katerega ključne prednosti so mobilnost in stalna dostopnost, poleg tega pa še možnost takojšnje izmenjave, fotografska podoba pridobila na vsakodnevni uporabni vrednosti, ki jo avtorica primerja s funkcijo fotografije pri reprezentaciji dogodkov v dnevnem tisku. Fotografiranje postane nekaj vsakdanjega, mobilno kamero pa uporabniki vsakodnevno uporabljajo brez kakršnegakoli estetskega ali arhivskega namena. Združitev mobilnega telefona s fotoaparatom je pomembno spremenila družbeno funkcijo fotografije, saj je možnost ustvarjanja in izmenjave fotografij s tem postala integrirani del medija za medosebno komunikacijo. To pa ne pomeni, da je eno postalo drugo, v vsakdanjih reprezentacijah je fotoaparatus še vedno

povezan z določeno prakso, ki se nanaša na njegovo tradicionalno družbeno funkcijo. Včasih je bila fotografija le občasna praksa, oziroma, kot je zapisal Bourdieu (v Rivière 2005, 171), se je fotoaparati, ki se ga razume kot skupno družinsko last, uporabljal le ob posebnih družinskih srečanjih, pretrgano in relativno redko, in je bil omejen na določene priložnosti.

Mobilni telefon pripelje fotografijo v 21. stoletje kot sprejemljivo obliko komunikacije ali jezika, ki ga lahko uporablja vsak, »odvzet ji je kakršenkoli drug namen kot lasten užitek in užitek izražanja nečesa v neposredni sedanosti« (Rivière 2005, 172). Družbena percepcija mobilnega telefona je tista, ki reši fotografijo pred njenimi konvencionalnimi uporabami, povezanimi z estetiko ali arhivskimi nameni. Njena vsakodnevna vrednost je fotografiranje nepričakovanega in s tem se približa uporabni vrednosti reportažne fotografije v tisku. Prednost ima nepredvidljivo, ne glede na fotografirani subjekt, ki je lahko še tako banalen, medtem ko je vse, kar nas spomni na pozirano fotografijo zavrženo in/ali zaznano kot nekaj, kar se nanaša na konvencionalno fotografsko prakso. Katerikoli dogodek v zasebnem življenju je lahko uporabljen kot predmet komunikacije oziroma pove nekaj o avtorju.

3.2 Vizualna (medosebna) komunikacija

Nadalje Rivièreova govori o funkciji vizualne instantne komunikacije, ki privede do navidezne simbolizacije pomena 'biti skupaj'. Pravi, da je mobilni telefon spremenil zgodovinski odnos do fotografije ter njeno čustveno vrednost, oziroma kot je že leta 1965 zapisal Bourdieu »potrebo po ustvarjanju fotografij ni nič drugega kot potrebo po fotografijah, ki zaradi svoje funkcije poustvarjanja realnosti pričajo in izražajo resnico o spominu« (v Rivière 2005, 173). Vizualna oblika komunikacije, v našem primeru to predstavlja fotografija, okrepi gledalčevo sposobnost zaznavanja stvari v hiperrealnem načinu. S tem, ko je integrirana v dejansko poslana sporočila, da fotografija sporočilu večjo možnost, da gre za objektivno in avtentično sporočilo. Vendar pa fotografija deluje tudi na ravni čustvene percepcije, poveča našo zmožnost za čustva in omogoči, da se počutimo, da smo 'skupaj'. Fotografija intenzivira izkušnjo in percepcijo občutkov v odnosu z drugo osebo. Bistvenega pomena je »transformacija izkustva časa in prostora

ter prispevek mobilnega telefona skupaj z drugimi tehnologijami kulturi hitrosti in »takojšnosti« ter ontološke in družbene posledice te transformacije v visokem kapitalizmu« (Luthar in Oblak 2009, 6). Moč reprezentacije fotografije predstavljata takojšnost izmenjave med posamezniki in/ali trenutnost fotografskega dela, ki ga vidimo. Predstavljen je nov imaginarni in vizualni jezik, ki se razvije zaradi preoblikovane estetske percepcije, ki zahteva vedno večjo gostoto vizualnih podob.

Z vdorom digitalnih medijev je medosebno komuniciranje presešlo omejitve prostora in časa, hkrati pa ustvarja virtualne prostore, čase in odnose. Povečala sta se dostopnost komunikacijskih partnerjev, ki so dosegljivi ne glede na čas in prostor, ter število različnih načinov in kanalov komuniciranja. Uporabniki lahko zaporedoma ali vzporedno vključujejo v svoje komuniciranje glas, podobo, besedilo, glasbo ali video (Ule 2009). Z mobilno fotografijo je slika, kot oblika medosebne komunikacije, bolj kot kdajkoli prej postala rutinska oblika instantnega izražanja in komunikacije ter del vsakdanjega življenja. Tako kot pogovor po telefonu, ki traja le določen čas, tudi hranjenje fotografije, posnete z mobilnim telefonom, postaja vedno manj pomembno, saj je le-ta prevzela novo obliko družbene funkcije, ki izhaja iz občutka, ki nam ga da fotografija - da smo skupaj v trenutku, ko jo prejmemo. Kljub temu, da mobilni telefoni omogočajo shranjevanje fotografij, je zelo malo fotografij posnetih z namenom, da služijo kot spomin, saj je navadno fotografija zbrisana, ko njeno mesto na pomnilniku zasede nova. Pojav mobilne kamere predstavlja minljivo časnost spomina ter hkrati čarobno prisotnost ostalih (kadar so odsotni), ki nam jih prinese fotografija pred oči. Mobilni telefon predstavlja koncept resničnega časa ter nemoteno nepretrgano vez, medtem ko fotografija fiksira in ovekoveči vez v času, ter s tem negira tek časa in razdaljo, ki loči tebe od ostalih. Digitalizacija podobe je privedla do preobrata od fotografije kot predmeta do podobe fotografije na ekranu, kar je dematerializiralo fotografijo kot predmet spomina, ki jo lahko držimo, hranimo ali pokažemo. Še vedno pa digitalizacija ljudem ne preprečuje, da bi natisnili svoje fotografije ali jih shranili kot spomin na pretekle dogodke, ki se jih spomnijo vsakič, ko si jih ponovno ogledajo. Vendar je prišlo do pomanjkanja zanimanja za fotografijo kot spomin (Rivière 2005).

Careyev ritualni pogled na komunikacijo preskrbi koristno orodje za določanje vizualne medosebne komunikacije kot komunikativne prakse. Telefoni s fotoaparatom so fotografski komunikaciji predstavili elemente, ki so značilni za mobilno komunikacijo: medosebnost in intimnost. Zato se v komunikaciji s telefoni s fotoaparati intimne prakse osebne fotografije neutrudljivo zblizujejo z intimnimi praksami mobilne komunikacije. Scifo(2005) vidi fotografijo kot ponovno zavzemanje za kulturno identiteto mobilnega telefona kot medija, ki okrepi komunikacijo z bližnjimi odnosi. Posredovano deljenje fotografij podpira bližino med prijatelji in družinskimi člani ter deluje kot način vzdrževanja in ponovnega uveljavljanja družbenih vezi.

Mobilni telefon s fotoaparatom je danes navadno uporabljen za objavljanje fotografij na spletu, kar je pogosto veliko bolj javna aktivnost, kot jo je konvencionalno predstavljala telefonska komunikacija in osebna fotografija. On-line deljenje fotografij je osebni fotografiji predstavilo novo dimenzijo množične komunikacije, bolj primerno imenovano 'objavljanje' (Villi 2010). Vidik objavljanja je nov za telefonsko komunikacijo na splošno. Objavljanje je močno povezano z družbenimi mediji na spletu in številnimi mobilnimi foto aplikacijami. V vsakem primeru lahko fotografije danes služijo kot predmet komunikacije, s katerim izvajajo vizualno kramljanje ali vizualni klepet. Tema vizualne medosebne komunikacije je lahko izpopolnjena z razpravljanjem o ideji 'slikovne konverzacije'. To je lahko definirano kot dialog s fotografijami, v katerem ljudje uporabljajo svoje mobilne telefone in pošiljajo fotografije naprej in nazaj eden drugemu ter slikovno komentirajo fotografije, ki jih prejmejo (Koskinen, Kurvinen in Lehtonen v Villi 2010). Gre za konverzacijo s fotografijami raje kot konverzacijo o fotografijah. Slikovna konverzacija je nov fenomen v osebni fotografiji, ker pred tem ljudje niso razširjeno uporabljali fotografij kot sredstva na odgovor na drugo fotografijo. V umetniškem svetu in oglaševanju so fotografije pogosto vizualni komentar, vendar redko direkten medoseben odziv na drugo individualno fotografijo.

4 Empirični del

V svoji diplomski nalogi se lotevam vprašanja spremembe rabe fotografije s prihodom mobilnih telefonov s fotoaparatom in nadalje kako le-ta vpliva na medosebno komunikacijo. Ker sem želela zajeti čim širši in raznolik vzorec, sem se raziskovanja lotila s kvantitativno analizo, v kateri sem s pomočjo spletnega anketnega vprašalnika respondente spraševala o njihovih navadah in praksi sporočanja s fotografijami.

Anketni vprašalnik je bil sestavljen iz šestih sklopov oziroma strani. V prvem delu sem z vprašanji poskušala ugotoviti, za kakšne uporabnike gre, drugi del je preverjal, kako se razlikuje raba navadnega fotoaparata in tistega na mobilnem telefonu; tretji sklop se je osredotočil na prakse mobilne fotografije; četrti je preverjal rabo mobilnih aplikacij, ki se nanašajo na mobilno fotografijo, medtem ko sem v petem poskušala ugotoviti, kako se je mobilni fotoaparatus integriral v vsakdanje življenje, predvsem v medosebno komunikacijo. Zadnji sklop je bil namenjen preverjanju demografskih značilnosti anketirancev. Sprva sem menila, da bo potrebno to področje nadalje raziskati še z kvalitativno analizo, in sicer z intervjuvanjem posameznih sodelujočih v anketi, zato sem jih tudi prosila, da, kljub temu, da gre za anonimno anketo, pustijo svoj kontakt. Veliko število anketirancev, kar polovica vseh, ki so prišli do konca ankete, je bilo pripravljenih na nadaljnjo sodelovanje, vendar rezultati ankete zadoščajo za predmet te raziskave in lahko brez nadaljnje študije potrdim oziroma ovržem postavljene hipoteze.

Raziskovanje je potekalo v obdobju med 6. in 19. septembrom 2013, ko sem na spletni strani www.1ka.si objavila anketo z naslovom Raba fotoaparata na mobilnem telefonu, ki je v celoti objavljena tudi v prilogi (Priloga A). K njenemu reševanju sem prek različnih spletnih kanalov povabila svoje znance ter jih prosila, da jo delijo naprej, in s tem pridobila želen raznolik vzorec. Na izbor vzorca tako neposredno nisem vplivala sama, temveč tisti, ki so delili anketo in seveda tisti, ki so se odločili, da jo izpolnijo. Prav tako pred izvedbo nisem vedela, kakšen bo vzorec ter kakšne bodo demografske lastnosti.

Po zaključku spletne ankete sem od vseh, ki so kliknili na anketo, dobila 142 ustrezno izpolnjenih anket, med katerimi jih je bilo 22 delno izpolnjenih, kar pomeni, da je anketiranec predčasno zaključil anketo ali da ni uporabnik fotoaparata na mobilnem telefonu in se mu zato niso prikazala vsa vprašanja. Vzorec torej sestavlja 142 respondentov, med katerimi jih je 37 odstotkov moškega spola in 63 odstotkov ženskega¹.

Tabela 4.1: Spol

Spol	Frekvenca	Odstotek
Odgovori		
Moški	45	37%
Ženski	78	63%
Skupaj	123	100%

Povprečna starost vzorca je 31,8 let, najmlajši respondent je star 18 let, najstarejši pa ima 69 let. Razlike v uporabi se pojavijo glede na starost uporabnika, zato sem jih razdelila v skupini *do 45 let* in *nad 46 let*, vendar je slednjih le 8 odstotkov, kar pa, v kolikor analiziram vse anketirance skupaj, ne vpliva bistveno na končni rezultat študije. Zato sem se odločila, da bom pri analizi rezultatov, ne glede na demografsko različnost vzorca, vse anketirance obravnavala skupaj. Posebna odstopanja rabe starejše skupine anketirancev pa bom, kjer bo smiselno, posebej izpostavila.

Preverila sem tudi smer študija oziroma poklic anketirancev, vendar je vzorec tako raznolik, da jih ni smiselno združevati oziroma ločevati anketirance glede na različna področja, na katerih delujejo. Po pregledu podatkov sem ocenila, da za to raziskavo ta podatek ni ključnega pomena in ne vpliva na končni rezultat študije.

¹ Ker sem preverjala demografske značilnosti ob zaključku ankete, podatek o spolu anketirancev temelji na manjšem vzorcu (N=123) kot je celoten vzorec raziskave.

4.1 Analiza in interpretacija rezultatov raziskave

Interpretacije dobljenih podatkov sem se lotila z deskriptivno metodo. Rezultate raziskave bom v nadaljevanju poskusila predstaviti in razložiti s pomočjo teoretskega okvira ter jih predstavila ločeno, glede na tematske sklope, ki sem jih naštela že zgoraj. Izpustila bom le zadnji sklop z demografskimi podatki, ki sem jih že predstavila.

4.1.1 Vrste uporabnikov

V prvem delu ankete sem udeležence spraševala na splošno o rabi mobilnega telefona, s čimer sem ocenila, kako napredni uporabniki so. Vsi anketiranci so uporabniki mobilnega telefona, kar 65% izmed vseh jih uporablja mobilni telefon že od njihovega pojava na trgu, kar sem v vprašalniku ovrednotila z trditvijo *več kot 12 let*, 35% pa od *7 do 12 let* (glej Tabelo 4.2). Le slaba četrтина vseh izprašanih ne uporablja pametnih telefonov, ti uporabniki pa so nadalje izkazali za manj napredne oziroma za povprečne uporabnike mobilnega telefona (glej Tabelo 4.3).

Tabela 4.2: Vprašanje 1

Koliko let uporabljate mobilni telefon?		
Odgovori	Frekvenca	Odstotek
Nisem uporabnik	0	0%
Manj kot 2 leti	0	0%
2–6 let	1	1%
7–12 let	49	35%
Več kot 12 let	92	65%
Skupaj	142	100%

Tabela 4.3: Vprašanje 2

Ali ste uporabnik pametnega telefona?		
Odgovori	Frekvenca	Odstotek
Da.	109	77%
Ne.	33	23%
Skupaj	142	100%

Ob pregledu rezultatov tretjega vprašanja, ki sprašuje po uporabi različnih funkcij na mobilnem telefonu, sem se odločila, da prikažem podatke ločeno, glede na uporabnike in neuporabnike pametnih telefonov (Tabela 4.4). Za uporabnike navadnih mobilnih telefonov je poleg telefonskega pogovora značilna uporaba osnovnih funkcij, kot je pošiljanje SMS sporočil in uporaba budilke, dobrih 80% uporabnikov mobilni telefon uporablja tudi za fotografiranje, medtem ko MMS sporočila pošilja le 64% respondentov. Nekaj več kot polovici uporabnikom 'ne-pametnih' mobilnih telefonov pa le-ta služi tudi kot koledar in opomnik, medtem ko so ostale funkcije v tej skupini v manjši meri uporabljajo manj kot tretjina uporabnikov.

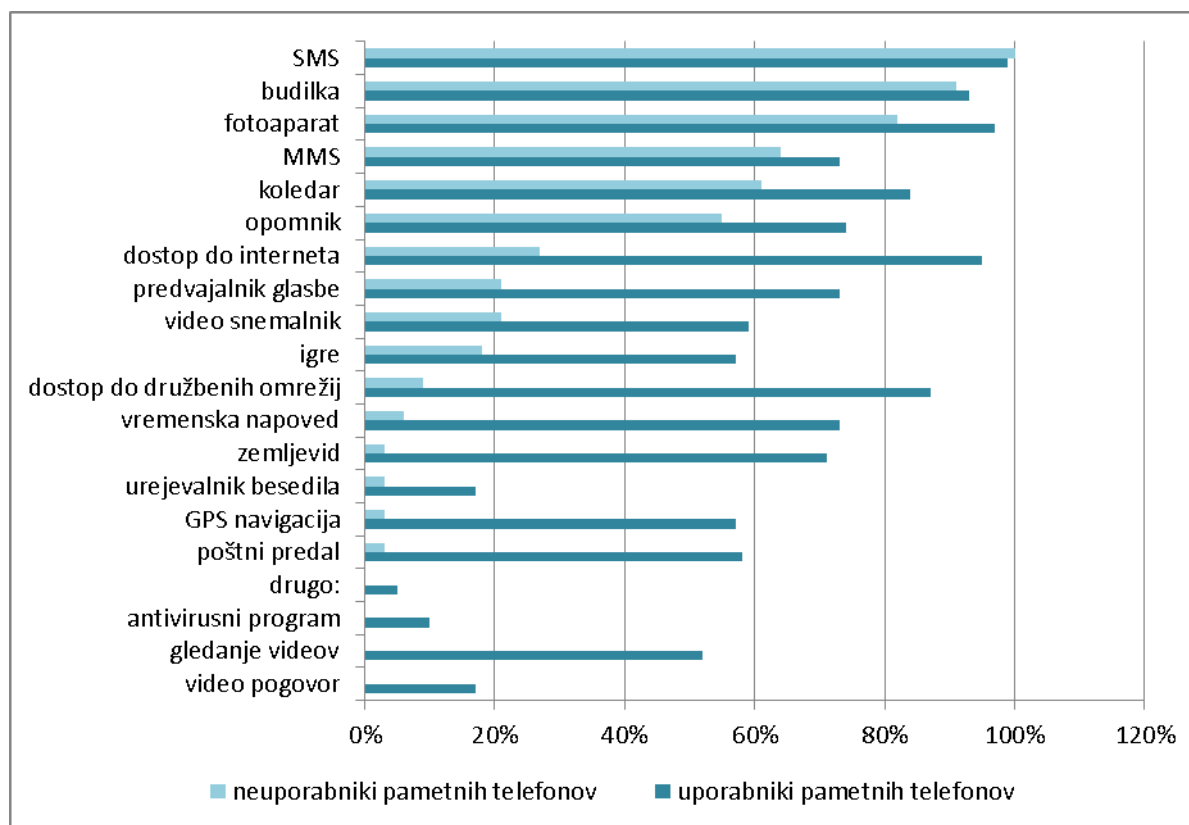
Tabela 4.4: Vprašanje 3 (podatki so ločeni glede na vrsto uporabnika)

Katere funkcije na telefonu uporabljate poleg telefonskega pogovora?					
		Uporabniki pametnih telefonov	Skupaj	Neuporabniki pametnih telefonov	Skupaj
SMS	Frekvenca	108	109	33	33
	Odstotek	99%	100%	100%	100%
MMS	Frekvenca	80	109	21	33
	Odstotek	73%	100%	64%	100%
fotoapar	Frekvenca	106	109	27	33
	Odstotek	97%	100%	82%	100%
video pogovor	Frekvenca	19	109	0	33
	Odstotek	17%	100%	0%	100%
poštni predal	Frekvenca	63	109	1	33
	Odstotek	58%	100%	3%	100%
igre	Frekvenca	62	109	6	33
	Odstotek	57%	100%	18%	100%
video snemalnik	Frekvenca	64	109	7	33
	Odstotek	59%	100%	21%	100%
dostop do interneta	Frekvenca	104	109	9	33
	Odstotek	95%	100%	27%	100%
dostop do družbenih omrežij	Frekvenca	95	109	3	33
	Odstotek	87%	100%	9%	100%
opomnik	Frekvenca	81	109	18	33
	Odstotek	74%	100%	55%	100%
vremenska napoved	Frekvenca	80	109	2	33
	Odstotek	73%	100%	6%	100%
gledanje videov	Frekvenca	57	109	0	33
	Odstotek	52%	100%	0%	100%
GPS navigacija	Frekvenca	62	109	1	33
	Odstotek	57%	100%	3%	100%

koledar	Frekvenca	92	109	20	33
	Odstotek	84%	100%	61%	100%
antivirusni program	Frekvenca	11	109	0	33
	Odstotek	10%	100%	0%	100%
urejevalnik besedila	Frekvenca	19	109	1	33
	Odstotek	17%	100%	3%	100%
zemljevid	Frekvenca	77	109	1	33
	Odstotek	71%	100%	3%	100%
predvajalnik glasbe	Frekvenca	79	109	7	33
	Odstotek	73%	100%	21%	100%
budilka	Frekvenca	101	109	30	33
	Odstotek	93%	100%	91%	100%
Drugo:	Frekvenca	5	109	0	33
	Odstotek	5%	100%	0%	100%

Uporabniki pametnih telefonov so v veliki večini bolj napredni uporabniki, saj uporabljajo veliko večje število funkcij, ki jim jih omogoča njihov pametni telefon. Tako kot uporabniki navadnih mobilnih telefonov uporabljajo osnovne funkcije, kot je pošiljanje SMS sporočil in budilko, medtem ko uporabniki pametnih telefonov v veliko večji meri uporabljajo koledar, opomnik in fotoaparata. Mobilnega fotoaparata se poslužujejo skoraj vsi uporabniki pametnih telefonov, posledično pa v primerjavi z neuporabniki pametnih telefonov v veliko večji meri tudi pošiljajo MMS sporočila, takih je kar 71 odstotkov uporabnikov. Med uporabniki pametnih telefonov je tudi zelo razširjena uporaba interneta, do njega prek mobilnega telefona dostopa 95 odstotkov uporabnikov, ter uporaba družbenih omrežij, do katerih prek telefona dostopa 87 odstotkov uporabnikov. Nazadnje omenjene funkcije, fotoaparata, MMS sporočanje, dostop do interneta in družbenih omrežij, pa so ključnega pomena za komuniciranje s fotografijami, kar je tudi predmet mojega raziskovanja. V nadaljevanju raziskave bodo zato pogosto izpostavljene razlike med neuporabniki in uporabniki pametnih telefonov, saj slednji te funkcije uporabljajo v večji meri. To razliko sem tudi grafično ponazorila v grafu (Graf.4.1), kjer se lepo vidi pokritost uporabe različnih funkcij in njihova bolj enakomerna porazdeljenost med uporabniki pametih telefonov, ter na drugi strani močna raba osnovnih funkcij in hkrati zelo šibka naprednih pri uporabnikih navadnih mobilnih telefonov.

Graf 4.1: Raba funkcij na mobilnem telefonu (primerjava uporabnikov in neuporabnikov pametnih telefonov)



Več kot polovica uporabnikov pametnih telefonov uporablja še ostale funkcije, ki jim jih omogoča dostop do interneta, kot so vremenska napoved, poštni predal, zemljevid in GPS navigacija, prav tako pa uporabljajo še številne multimedijske funkcije, kot je snemanje in predvajanje videov, igre ter predvajalnik glasbe. Vse to pa nakazuje na bolj napredno uporabo in večjo dovzetnost uporabnikov pametnih telefonov za novo komunikacijsko tehnologijo. Kljub temu pa, kot je razvidno iz grafa, od vseh uporabnikov le slabih 20 odstotkov uporabnikov pametnega telefona uporablja video pogovor in urejevalnik besedil, antivirusni program pa le 10 odstotkov. Neuporabo navedenih funkcij pa so uporabniki utemeljili z odgovori v smislu »jih ne potrebujem«, »so neuporabne« oziroma »raje uporabim za to računalnik ali katero drugo napravo«. Le dva izmed vseh anketirancev sta odgovorila, da so funkcije, ki jih ne uporabljata, za njiju prezahtevne in da jih ne znata uporabljati. Medtem ko jih je med neuporabniki pametnega telefona šest, kar je slabih 20 odstotkov, odgovorilo, da jim telefon tega ne omogoča.

Danes so nove tehnologije večinoma zelo preproste za uporabo in dostopne širši množici. Kot je razvidno iz zgornjih podatkov, težko govorimo, da različne vrste uporabnikov določa njihova dovtetnost in usposobljenost za uporabo nove tehnologije, v tem primeru mobilnega telefona s fotoaparatom. Analiza pokaže, da gre prej za njihovo željo po uporabi, dostopnost, in možnost uporabe. Zato lastniki pametnih telefonov veliko bolj uporabljajo mobilni fotoaparati in številne druge funkcije, ki se jim zdijo potrebne in zanimive, kot uporabniki navadnih prenosnih telefonov, saj jim le-ta vsega tega ne omogoča.

4.1.2 Primerjava rabe fotoaparata in mobilnega telefona

Na naslednji strani sem respondente povprašala, ali uporabljajo navadni fotoaparati (Tabela 4.5), torej ta, ki ni na njihovem mobilnem telefonu, ter v primeru, da ga ne, zakaj ne. Fotoaparata ne uporablja le 14 odstotkov anketiranih, navedena pa sta bila le dva tipa odgovorov, in sicer jih 53 odstotkov pravi, da ga nimajo, 37 odstotkov pa se jih strinja, da raje uporabljajo fotoaparati na mobilnem telefonu, ki ga imajo vedno pri sebi in je zato bolj priročen. Med vsemi uporabniki jih je 97 odstotkov lastnikov mobilnega telefona s fotoaparatom (Tabela 4.6), 94 odstotkov pa ga tudi uporablja (Tabela 4.7). Med šestimi odstotki neuporabnikov jih je polovica lastnikov telefonov brez fotoaparata. Ostali pravijo, da ga ne uporabljajo, ker je kvaliteta fotografij, posnetih z mobilnim fotoaparatom, preslaba.

Tabela 4.5: Vprašanje 5

Ali uporabljate fotoaparati, ki ni ta na mobilnem telefonu?		
Odgovori	Frekvenca	Odstotek
Da.	118	86%
Ne. Zakaj?	19	14%
Skupaj	137	100%

Tabela 4.6: Vprašanje 6

Ali imate fotoaparati na mobilnem telefonu?		
Odgovori	Frekvenca	Odstotek
Da.	133	97%
Ne.	4	3%
Skupaj	137	100%

Tabela 4.7: Vprašanje 7

Ali uporabljate fotoaparata na mobilnem telefonu?		
Odgovori	Frekvenca	Odstotek
Da.	129	94%
Ne. Zakaj?	8	6%
Skupaj	137	100%

Uporabnike sem tudi prosila, da naj ocenijo, kako hitro so se, ko so na trg prišli telefoni s fotoaparatom, navadili na novo funkcijo. Kar 65 odstotkov jih pravi, da so se navadili na fotoaparata takoj po nakupu telefona, ki jim je to možnost omogočal, 27 odstotkov se jih je po njihovem mnenju navadilo kar hitro, preostali pa so se na fotoaparata na mobilnem telefonu navadili bolj počasi.

Pri naslednjem vprašanju so morali anketiranci oceniti, kako pogosto posnamejo fotografijo z navadnim fotoaparatom, kako pogosto z mobilnim ter kako pogosto komunicirajo z vizualnim materialom, kot je na primer pošiljanje fotografij in slik, video klicanje idr. (Tabela 4.8).

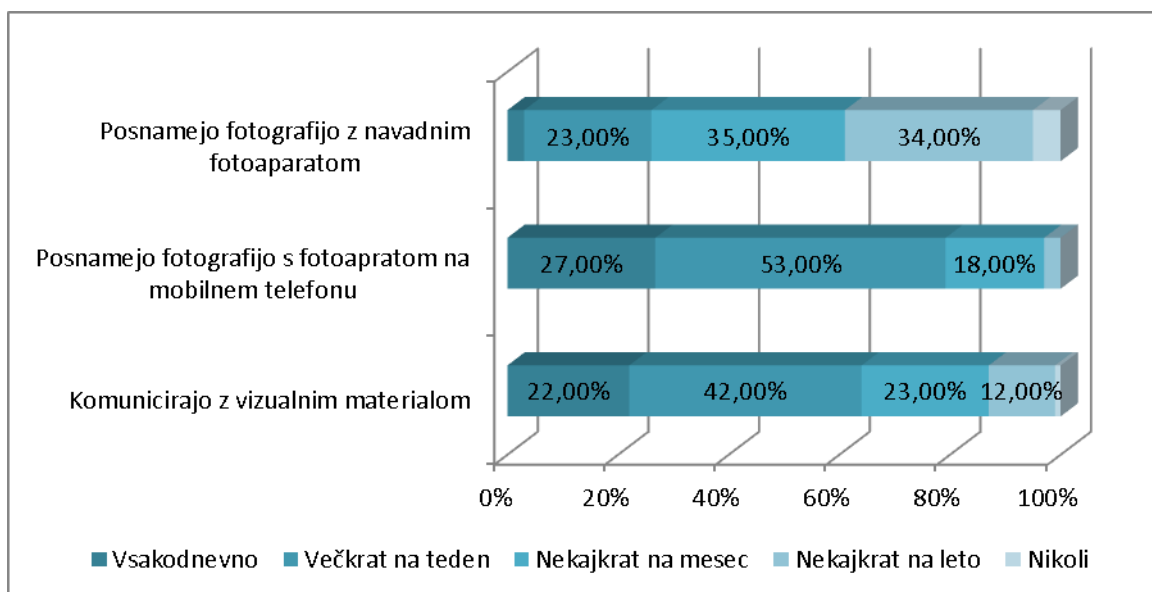
Tabela 4.8: Vprašanje 9

Prosim vas, da na spodnji lestvici označite, kako pogosto ...							
Odgovori		Vsako-dnevno	Večkrat na teden	Nekajkrat na mesec	Nekajkrat na leto	Nikoli	Skupaj
... posnamete fotografijo z navadnim fotoaparatom.	Frekvenca	3	26	43	39	7	118
	Odstotek	3%	22%	36%	33%	6%	100%
... posnamete fotografijo z mobilnim fotoaparatom.	Frekvenca	26	57	28	10	0	121
	Odstotek	22%	47%	23%	8%	0%	100%
... komunicirate z vizualnim materialom (pošiljanje fotografij in slik, video klici ...).	Frekvenca	22	44	31	16	5	118
	Odstotek	19%	37%	26%	14%	4%	100%

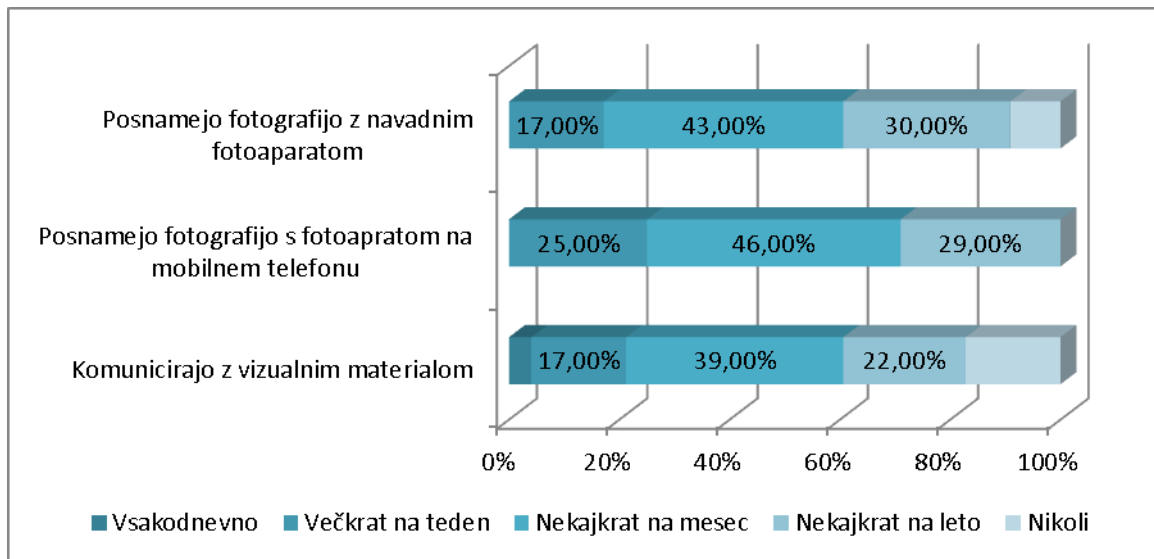
Na rezultate tega vprašanja ponovno močno vpliva dejstvo, ali gre za uporabnike oziroma neuporabnike pametnega telefona, zato sem interpretirala podatke vsake skupine posebej in jih prikazala v ločenih grafih (glej Graf 4.2 in 4.3). Kot je razvidno, z navadnim fotoaparatom bolj pogosto fotografirajo neuporabniki pametnih telefonov,

medtem ko z mobilnim fotoaparatom zelo pogosto fotografirajo uporabniki pametnih telefonov, podobno pa velja tudi za komuniciranje z vizualnim materialom. Kar 53 odstotkov uporabnikov pametnih telefonov posname fotografijo z mobilnim telefonom večkrat na teden, 27 odstotkov vsakodnevno, medtem ko uporabniki 'ne-pametnih' telefonov v 46 odstotkih to storijo nekajkrat na mesec, v 25 odstotkih nekajkrat na teden, vsakodnevno tega ne počne nihče. Podobno velja za komuniciranje z vizualnim materialom, kjer jih med uporabniki pametnih telefonov to večkrat na teden počne 42 odstotkov, 23 odstotkov nekajkrat na mesec in 22 odstotkov vsakodnevno, 39 odstotkov neuporabnikov pametnih telefonov to počne nekajkrat na mesec, 22 odstotkov nekajkrat na leto ter 17 odstotkov večkrat na teden, ter prav tako 17 odstotkov nikoli. Razlogov za takšno razliko je najverjetneje več. Ključnega pomena pa je najverjetneje dejstvo, ki sem ga omenila že pri prejšnjem sklopu; in sicer je največkrat uporabnik ta, ki se zaradi lastnega zanimanja odloči za naprednejši telefon, ki mu omogoča različne naprednejše funkcije, in se potem tudi sam odloči ali jih bo uporabljal. Iz primerjava pa je razvidno tudi, kako je naprednejša komunikacijska tehnologija in funkcije, ki jih le-ta omogoča, prispevala k širjenju in uporabi vizualne komunikacije v medosebni komunikaciji.

Graf 4.2: Pogostost rabe fotoaparata in mobilnega fotoaparata ter komuniciranja z vizualnim materialom (uporabnik pametnih telefonov)



Graf 4.3: Pogostost rabe fotoaparata in mobilnega fotoaparata ter komuniciranja z vizualnim materialom (neuporabniki pametnih telefonov)

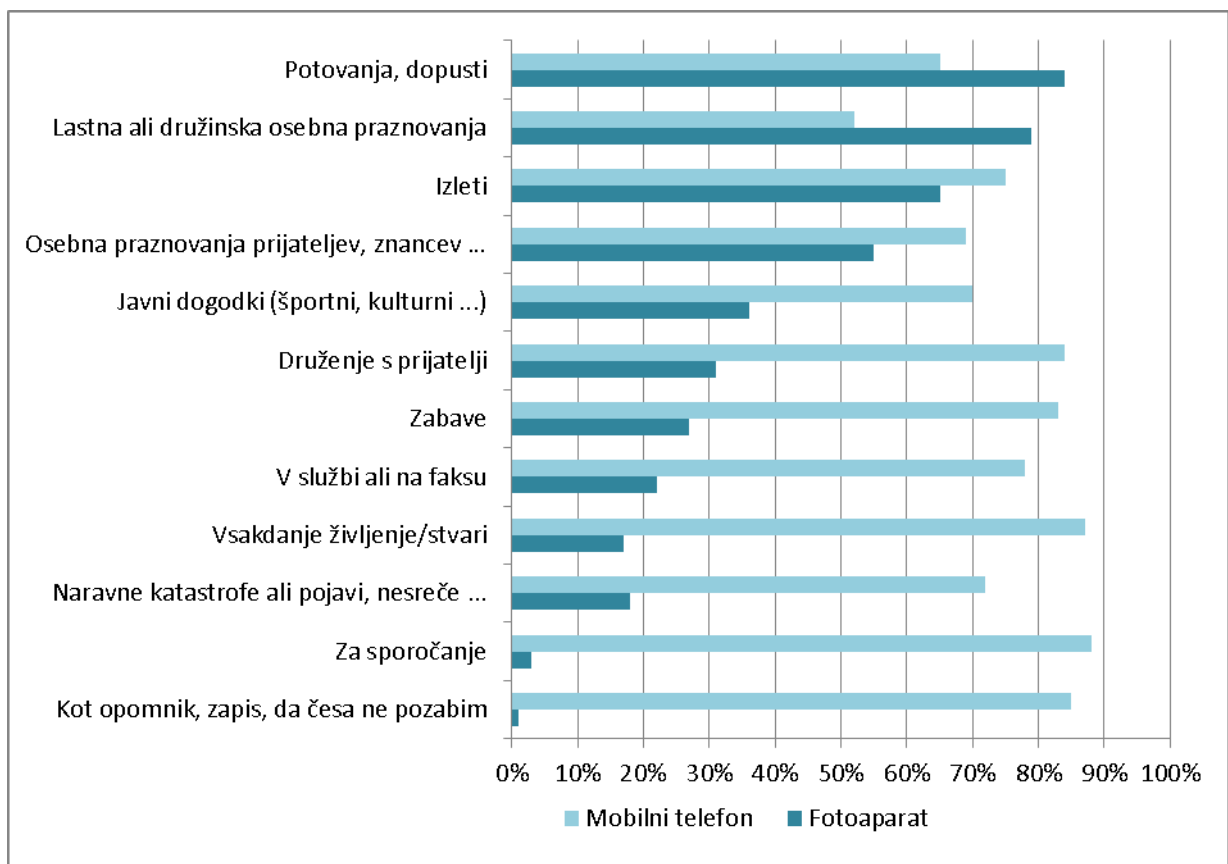


Sodelujoči v anketi so morali oceniti še, ob katerih priložnostih za fotografiranje navadno uporabljajo fotoaparata in ob katerih mobilni telefon (Tabela 4.9). Kot je razvidno iz grafa, (Graf 4.4) za fotoaparata še vedno velja bolj tradicionalna raba. Anketiranci so označili, da ga najbolj pogosto uporabljajo na potovanjih, sledijo lastna in družinska osebna praznovanja, izleti ter osebna praznovanja prijateljev in znancev. Ob ostalih navedenih priložnostih, kot so zabave druženje s prijatelji, javni dogodki in vsakdanje življenje, ga uporablja približno tretjina oziroma manj kot tretjina sodelujočih. Ravno obratno pa uporaba mobilnega telefona prikazuje spremembo, ki jo je v fotografsko prakso prinesel fotoaparata na telefonu. Mobilni telefon več kot dve tretjini vprašanih uporabljata za fotografiranje vsakodnevnega življenja, druženja s prijatelji, zabav, v službi ali na faksu, kar 88 odstotkov pa ga uporablja za sporočanje in 85 odstotkov kot opomnik, oziroma da česa ne pozabijo. Izmed vseh naštetih priložnosti najmanj, sicer še vedno dobra polovica anketirancev, uporabi mobilni telefon za fotografiranje lastnih in družinskih osebnih praznovanjih, kar, kot sem omenila že prej, ostaja domena 'navadnega' fotoaparata. Slednji pa je v premoči le še na potovanjih, za vse ostale naštete priložnosti respondenti bolj pogosto uporabijo mobilni telefon. Predvsem pa so neuporabniki pametnih mobilnih telefonov tisti, ki v večji meri raje uporabljajo fotoaparata kot mobilni telefon.

Tabela 4.9: Vprašanje 10

Prosim označite, ob katerih priložnostih uporabljate fotoaparater in kdaj fotoaparater na mobilnem telefonu.				
		Fotoaparater	Mobilni telefon	Skupaj
Lastna ali družinska osebna praznovanja	Frekvenca	96	63	117
	Odstotek	82%	54%	100%
Osebna praznovanja prijateljev, znancev ...	Frekvenca	66	83	114
	Odstotek	58%	73%	100%
Potovanja, dopusti	Frekvenca	102	78	120
	Odstotek	85%	65%	100%
Izleti	Frekvenca	78	91	117
	Odstotek	67%	78%	100%
Vsakdanje življenje/stvari	Frekvenca	21	105	112
	Odstotek	19%	94%	100%
Za sporočanje	Frekvenca	4	106	108
	Odstotek	4%	98%	100%
Kot opomnik, zapis da česa ne pozabim	Frekvenca	1	103	104
	Odstotek	1%	99%	100%
Javni dogodki (športni, kulturni ...)	Frekvenca	44	85	105
	Odstotek	42%	81%	100%
Druženje s prijatelji	Frekvenca	37	102	110
	Odstotek	34%	93%	100%
Zabave	Frekvenca	33	100	111
	Odstotek	30%	90%	100%
Naravne katastrofe ali pojavi, nesreče ...	Frekvenca	22	87	95
	Odstotek	23%	92%	100%
V službi ali na faksu	Frekvenca	27	94	102
	Odstotek	27%	92%	100%

Graf 4.4: Raba mobilnega telefona in fotoaparata ob različnih priložnostih



Med respondenti sem preverila tudi, kakšno vrednost imajo po njihovem mnenju fotografije, posnete s fotoaparatom in kakšno tiste, posnete z mobilnim telefonom (Tabela 4.10). Izbirali so lahko med spominsko, sporočilno, informacijsko, dokumentarno in povezovalno vrednostjo, trije uporabniki pa so predlagali še umetniško. Za fotografije, posnete s fotoaparatom, je v primerjavi z mobilnim telefonom značilna bolj spominska vrednost, takšnega mnenja je skoraj 91 odstotkov anketirancev, medtem ko imajo fotografije, posnete z mobilnim telefonom, takšno vrednost le med 55 odstotki anketirancev. Dokumentarno vrednost približno 60 odstotkov vprašanih pripisuje tako fotografijam, posnetim s fotoaparatom, kot tudi mobilnim telefonom. Pri fotografijah, posnetih z mobilnim telefonom, pa močno prevladujejo sporočilna, informacijska in povezovalna vrednost. Sporočilno vrednost ima mobilna fotografija v

očeh 88 odstotkov anketirancev, informacijsko pri 85 odstotkih ter povezovalno pri 76 odstotkih. Tisti anketiranci, ki so predlagali še umetniško vrednost, jo povezujejo s fotografijami, posnetimi s fotoaparatom.

Tabela 4.10: Vprašanje 11

Prosim označite, kakšno vrednost imajo za vas fotografije posnete z fotoaparatom ter kakšno fotografije posnete z mobilnim telefonom.				
		Fotoaparatom	Mobilni telefon	Skupaj
Spominska	Frekvenca	110	66	121
	Odstotek	91%	55%	100%
Sporočilno	Frekvenca	34	106	114
	Odstotek	30%	93%	100%
Informacijsko	Frekvenca	25	103	113
	Odstotek	22%	91%	100%
Dokumentarno	Frekvenca	79	72	110
	Odstotek	72%	66%	100%
Povezovalno	Frekvenca	31	92	102
	Odstotek	30%	90%	100%
Drugo: Umetniško	Frekvenca	4	1	4
	Odstotek	100%	25%	100%

Če povzamem, se je z integriranjem fotoaparata v mobilni telefon, predvsem razširilo polje rabe fotoaparata. Fotografirati se je začelo ob priložnostih, ki še pred desetletjem za večino uporabnikov, predvsem amaterskih, s stališča fotografije sploh niso bile zanimive. Konvencionalna raba fotoaparata, ki še vedno prevladuje med uporabniki klasičnih fotoaparatorov, se je razširila na nova področja. Domena fotoaparata tako še vedno ostaja osebna in popotna oziroma turistična fotografija, medtem ko bolj vsakdanje dogodke, zabave, druženja in izlete, pokriva mobilna fotografija. Z mobilnim fotoaparatom so uporabniki posegli tudi onkraj priložnostnih dejavnosti in tako začeli uporabljati fotoaparatom tudi v službi, šoli, na predavanjih, konferencah ... Mobilni telefon je tako prispeval k razvoju številnih novih fotografskih praks in trendov, ki se zelo hitro širijo in vedno znova pojavljajo. Mobilne fotografije pogosto prevzamejo vlogo komunikacije in imajo funkcijo pripovedovanja ter s tem nadomestijo govorno ali pisno komunikacijo. Z mobilni telefonom, zaradi njegove mobilnosti, priročnosti in dostopnosti, posnete fotografije prikazujejo drugačno plat življenja posameznika kot tiste posnete s fotoaparatom. Prikazujejo posameznikov vsakdan, njegov način življenja

in interese. So mnogo bolj spontane od tistih posnetih s fotoaparatom. S tem pa so se oblikovale tudi nove fotografske vrednosti; spominsko in dokumentarno vrednost, ki se sta se v preteklosti najbolj pogosto povezovale s fotografijo, so nadomestile oziroma dopolnile sporočilna, informacijska in povezovalna.

4.1.3 Mobilna fotografija

V tretjem sklopu sem želela preveriti rabo mobilne fotografije, zato sem respondente prosila, naj pregledajo galerijo fotografij na telefonu ter označijo, kateri motivi se največkrat pojavijo (Tabela 4.11). Najpogosteje, kar 69 odstotkov anketiranih fotografira naravo in pokrajino, podobno pogosto, 65 odstotkov, jih ima v galeriji fotografije družine in bližnjih, hišni ljubljenci pa se pojavijo pri 55 odstotkih sodelujočih. Motivi, ki so se najpogosteje pojavili pri približno tretjini anketirancev, so glasbeni in kulturni dogodki, urbano okolje, kot so stavbe, znamenitosti, mesta, ulice in trgi, vsakdanje življenje, ki ga predstavlja hrana in pijača, ljudje, table, znaki, napisi in grafiti. Najmanj pogosto se v njihovih galerijah znajdejo šport, avtoportreti, prevozna sredstva ter obleke in modni dodatki.

Tabela 4.11: Vprašanje 12

Prosim vas, da na hitro pregledate vašo galerijo fotografij na telefonu in označite, kateri motivi se največkrat pojavijo.		
Odgovori	Frekvenca	Odstotek
družina in bližnji	79	65%
avtoportret	12	10%
narava, pokrajina	83	69%
hišni ljubljenci in živali	66	55%
hrana in pijača	40	33%
glasbeni in kulturni dogodki	47	39%
stavbe, znamenitosti	47	39%
ljudje	40	33%
prevozna sredstva	12	10%
obleke in modni dodatki	11	9%
mesta, ulice, trgi	45	37%
table, znaki, napisi, grafiti	39	32%
prostor, ambient, notranja oprema	31	26%
šport	14	12%
rože in ostale rastline	27	22%

drugo: podatki, napotki, zapiski	5	4%
Skupaj	121	100%

Nadalje sem sodelujoče povprašala, kolikokrat so v zadnjih dveh tednih posneli fotografijo z mobilnim telefonom ter kolikokrat so jo delili z drugimi na enega izmed naštetih načinov (Tabela 4.12). Glede na izbrano vrednost sem uporabnike razvrstila med neuporabnike oziroma zelo redke uporabnike (*nikoli*), redke uporabnike (*1–2x*), občasne uporabnike (*3–6x*), pogoste uporabnike (*7–14 x*) ter zelo pogoste uporabnike (*več dnevno*).

Tabela 4.12: Vprašanje 13

Označite kolikokrat ste v zadnjih dveh tednih storili spodaj naštete stvari z mobilnim telefonom.							
Odgovori		Nikoli	1–2x	3–6x	7–14x	Več dnevno	Skupaj
Posneli ste fotografijo z mobilnim telefonom.	Frekvenca	7	19	34	37	23	120
	Odstotek	6%	16%	28%	31%	19%	100%
Fotografijo ste poslali kot MMS sporočilo.	Frekvenca	36	45	30	7	2	120
	Odstotek	30%	37%	25%	6%	2%	100%
Fotografijo ste delili preko mobilnih aplikacij na družbenih omrežjih.	Frekvenca	39	43	20	11	3	116
	Odstotek	34%	37%	17%	9%	3%	100%
Fotografijo ste fizično pokazali nekomu na zaslonu telefona.	Frekvenca	15	45	46	11	3	120
	Odstotek	13%	37%	38%	9%	3%	100%
Fotografija posneta z mobilnim telefonom je bila predmet pogovora.	Frekvenca	24	57	27	7	1	116
	Odstotek	21%	49%	23%	6%	1%	100%
Ko ste poslali ali delili fotografijo, ste zraven zapisali spremno besedilo.	Frekvenca	30	41	25	18	4	118
	Odstotek	26%	35%	21%	15%	3%	100%
Fotografijo ste objavili na osebni spletni strani ali blogu.	Frekvenca	79	18	10	8	1	116
	Odstotek	68%	15%	9%	7%	1%	100%
Prejeli ste fotografijo kot MMS sporočilo.	Frekvenca	35	62	16	6	0	119
	Odstotek	29%	52%	14%	5%	0%	100%

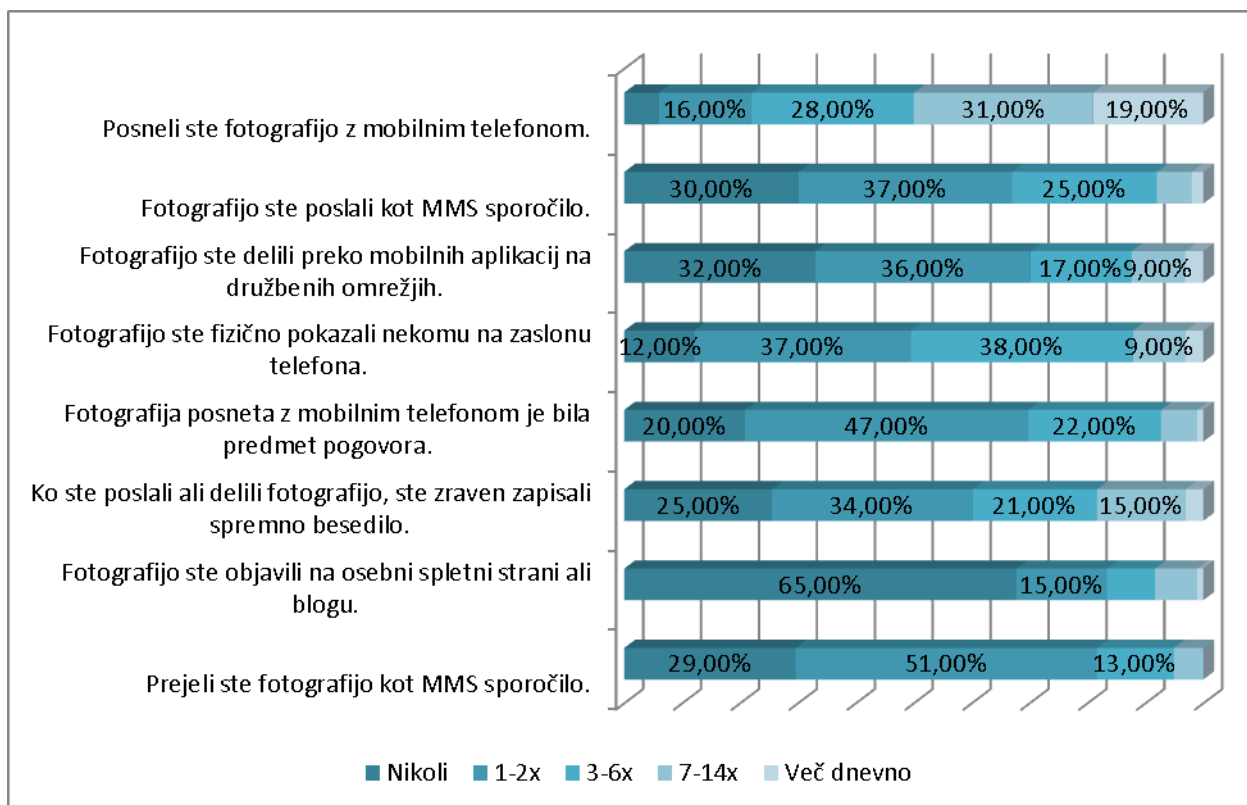
Tabela 4.13: Vprašanje 14

Ali sta bila to vaša dva tipična tedna?			
--	--	--	--

Odgovori	Frekvenca	Odstotek
Da.	101	83%
Ne.	20	17%
Skupaj	121	100%

Kot je razvidno iz grafa (Slika 4.5), so anketiranci od vseh naštetih dejavnosti največkrat posneli fotografijo z mobilnim telefonom. Kar 19 odstotkov je posnelo več fotografij dnevno, 31 odstotkov pa je pogostih uporabnikov. Glede pošiljanja MMS sporočil jih je največ občasnih uporabnikov, tudi prek družbenih omrežij jih največ, kar je 37 odstotkov, deli fotografije občasno. Kar 47 odstotkov jih pravi, da je fotografija, posneta z mobilnim telefonom, občasno predmet pogovora, 34 odstotkov pa jih občasno poleg fotografije zapiše spremno besedilo. Najmanj pogosto anketiranci delijo fotografije na osebni blog ali strani, kar 65 odstotkov jih pravi, da tega v zadnjih dveh tednih niso naredili nikoli, redko pa 15 odstotkov. Za MMS sporočilo 51 odstotkov anketirancev pravi, da ga prejmejo občasno, 29 odstotkov pa le redko. Iz grafa je razvidno, da anketiranci fotografijo največkrat delijo tako, da jo kar na zaslonu telefona pokažejo drugim. Ta način pogosto uporablja 38 odstotkov anketirancev, 37 odstotkov pa jih to naredi občasno. Ker sem na koncu vprašala, če sta bila to njihova dva tipična tedna (Tabela 4.13), sem preverila tudi, kako se rezultati spremenijo, če tistih 17 odstotkov, ki pravi, da nista bila, izločim. Toda tudi brez njih ostanejo razmerja skoraj nespremenjena.

Graf 4.5: Pogostost rabe glede način rabe mobilnih fotografij



Rezultati tega vprašanja nam razkrijejo, da respondenti v veliki meri uporabljajo mobilni telefon kot fotoaparata, medtem ko ga kot sredstvo vizualne komunikacije ne uporabijo tako pogosto. Največkrat delijo fotografijo na način, da jo pokažejo ostalim na zaslonu telefona, kar pa nakazuje na uporabo telefona kot foto albuma. Iz tega lahko razberemo, da se še niso navadili na možnosti, ki jih telefon kot sredstvo medosebne komunikacije omogoča, ali jih izkoristili. Raje sledijo praksam, ki so jih navajeni iz preteklosti; telefon tako združuje tri funkcije v enem, možnost komuniciranja, fotografiranja ter foto albuma, ki pa jih uporabniki še ne uporabljajo skupaj, kot eno funkcijo, kot obliko vizualnega komuniciranja.

4.1.4 Raba mobilnih aplikacij

Na četrti strani sem anketirance spraševala po uporabi mobilnih aplikacij, ki se navezujejo na rabo mobilnega fotoaparata. Najprej sem preverila, ali uporabljajo mobilne aplikacije za deljene fotografij (Tabela 4.14), in katere.

Tabela 4.14: Vprašanje 15

Ali uporabljate mobilne aplikacije za deljenje fotografij?		
Odgovori	Frekvenca	Odstotek
Da.	67	56%
Ne.	52	44%
Skupaj	119	100%

Izmed vseh uporabnikov fotoaparata na mobilnem telefonu jih 56 odstotkov deli fotografije s pomočjo mobilnih aplikacij. Izmed teh uporabnikov jih največ, 87 odstotkov, uporablja Facebook aplikacijo (Tabela 4.16), 75 odstotkov Instagram in 58 odstotkov Twitter, ostale aplikacije uporabljajo v manj kot 20 odstotkih. Uporabniki Twitterja, Instagrama in Flickrja najpogosteje delijo fotografije z vsemi, prek aplikacij Facebook in Povio največkrat delijo le s prijatelji, medtem ko uporabniki ostalih aplikacij v večini fotografij ne delijo z nikomer (Tabela 4.16). Uporabnike, ki delijo fotografije prek več aplikacij, sem prosila, naj jih razvrstijo glede na pogostost uporabe. Prva tri mesta si tako pričakovano delijo najbolj uporabljene aplikacije, Facebook, Instagram in Twitter. Facebook se v 42 odstotkih pojavi na prvem mestu, Instagram sledi s 36 odstotki.

Tabela 4.15: Vprašanje 16 (prvi del)

Označite katere aplikacije za deljenje fotografij uporabljate.		
Odgovori	Frekvenca	Odstotek
Pinterest	7	11%
Facebook	58	87%
Twitter	39	58%
Instagram	50	75%
Povio	10	15%
Flickr	11	16%
Foursquare	11	16%
Google+	7	11%
Tumblr	6	9%
Skupaj	67	100%

Tabela 4.16: Vprašanje 16 (drugi del)

S kom najpogosteje delite fotografije preko naštetih mobilnih aplikacij.							
Odgovori		Nobenim	Družino	Prijatelji	Znanci	Vsemi	Skupaj
Pinterest	Frekvenca	5	0	1	1	3	10

	Odstotek	50%	0%	10%	10%	30%	100%
Facebook	Frekvenca	1	1	36	3	13	54
	Odstotek	2%	2%	67%	5%	24%	100%
Twitter	Frekvenca	3	0	3	4	29	39
	Odstotek	8%	0%	8%	10%	74%	100%
Instagram	Frekvenca	3	0	12	4	27	46
	Odstotek	6%	0%	26%	9%	59%	100%
Povio	Frekvenca	2	0	5	2	1	10
	Odstotek	20%	0%	50%	20%	10%	100%
Flickr	Frekvenca	3	0	0	0	9	12
	Odstotek	25%	0%	0%	0%	75%	100%
Foursquare	Frekvenca	5	0	2	3	2	15
	Odstotek	33%	0%	13%	20%	13%	100%
Google+	Frekvenca	4	1	1	1	2	9
	Odstotek	44%	11%	11%	11%	22%	100%
Tumblr	Frekvenca	5	0	0	1	3	9
	Odstotek	56%	0%	0%	11%	33%	100%

Aplikacije za urejanje fotografij uporablja dobra polovica vseh anketiranih (Tabela 4.17). Zanimivo je, da je med njimi tudi en neuporabnik pametnega telefona. Zanimalo me je, kako najpogosteje uredijo fotografije (Tabela 4.18). Najpogosteje uporabniki fotografijo obrežejo, kar 80 odstotkov jih uporablja aplikacije z namenom, da dodajo fotografiji filter, ki spremeni fotografijo v črno-belo, sepia, polaroid idr. Bolj malo pa je tistih uporabnikov, ki fotografijo na mobilnem telefonu popravijo, ji spremenijo barve, dodajo okvir ali besedilo.

Tabela 4.17: Vprašanje 18

Ali uporabljate mobilne aplikacije za deljenje fotografij?		
Odgovori	Frekvenca	Odstotek
Da.	56	47%
Ne.	63	53%
Skupaj	119	100%

Tabela 4.18: Vprašanje 19

Kako najpogosteje uredite fotografije?		
Odgovori	Frekvenca	Odstotek
Fotografijo obrežem.	42	75%
Fotografijo popravim.	24	43%
Fotografiji dodam besedilo.	16	29%

Na fotografiji popravim/sprememim barve.	30	54%
Fotografiji dodam filter (črno-bela, polaroid, sepia ...).	45	80%
Fotografiji dodam okvir.	23	41%
Skupaj	56	100%

Kot sem pričakovala je anketa pokazala, da sodelujoči v največji meri uporabljajo mobilne aplikacije, večjih in bolj popularnih družbenih omrežij. Glede na to, da se tako kot tehnologija zelo hitro razvijajo tudi nove mobilne aplikacije, je novim težko prodreti na trg in se uveljaviti. Facebook, Instagram in Twitter so najbolj popularna družbena omrežja, ki uporabnikom omogočajo poleg deljenja fotografij še njihovo komentiranje, komunikacijo, povezovanje z drugimi in ohranjanje odnosov. Mobilne aplikacije so tako ključnega pomena pri vzpostavljanju vizualne ritualne komunikacije, ki ne temelji toliko na prenosu pomembnih informacij, temveč na vzdrževanju stikov z drugimi. Te mobilne aplikacije nudijo uporabnikom, da delijo fotografije z več uporabniki hkrati in tako naenkrat komunicirajo z vsemi prisotnimi in prav tako tudi neprisotnimi, saj jih sporočil počaka. Možnost urejanja in oblikovanja fotografij pa omogoča posameznikom, da personalizirajo fotografije in s tem izražajo tudi svoj stil. Dodajanje filtrov, ki med uporabniki prevladuje, je trenutno zelo popularno, saj doda fotografiji neko dodano vrednost.

4.1.5 Vizualna komunikacija kot medosebna ritualna interakcija

V zadnjem delu ankete sem preverjala, kaj naredijo z vsemi fotografijami, ki jih posnamejo z mobilnim telefonom, ter kako anketiranci ocenjujejo njihovo rabo mobilnega fotoaparata in z njim posnetih fotografij. Pri prvem vprašanju so morali ovrednotiti, kolikšen delež fotografij uporabijo na določen način (Tabela 4.19).

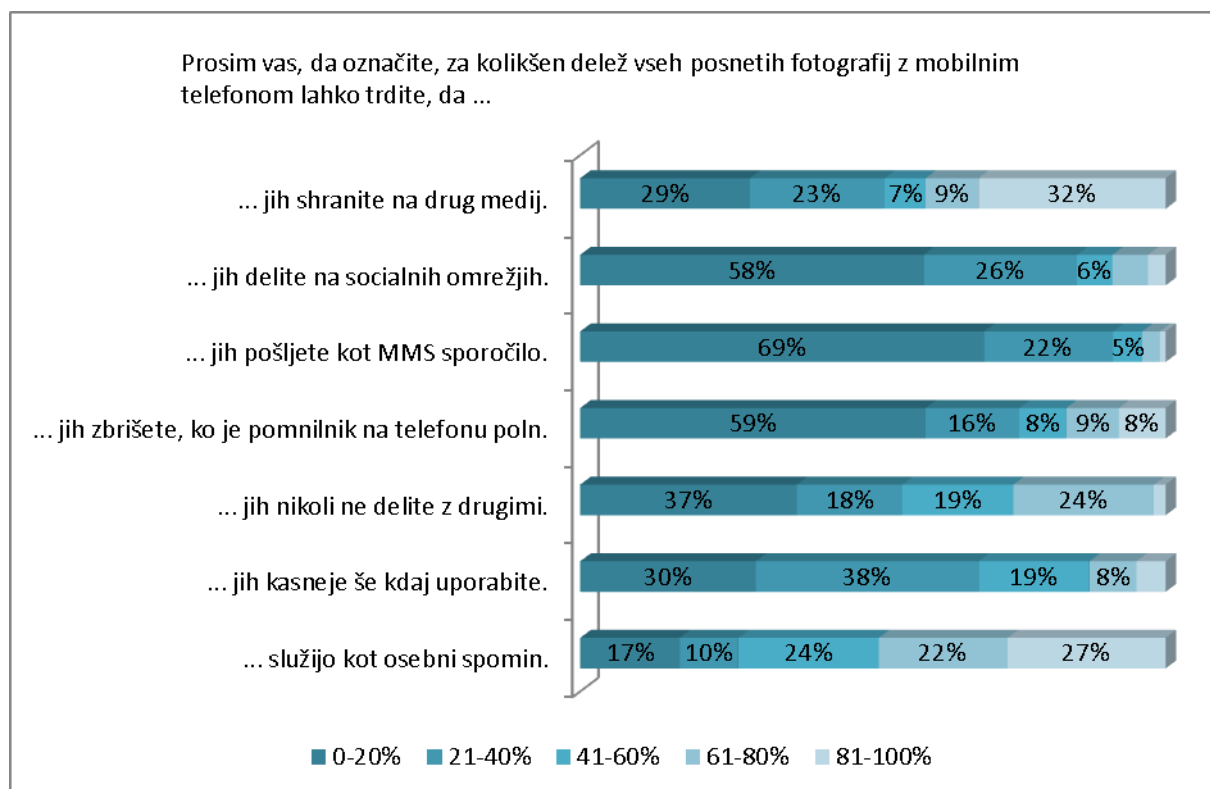
Tabela 4.19: Vprašanje 20

Označite za kolikšen delež vseh posnetih fotografij z mobilnim telefonom lahko trdite, da ...							
Odgovori		0-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81%-100%	Skupaj
... služijo kot osebni spomin.	Frekvenca	19	11	27	25	31	113
	Odstotek	17%	10%	24%	22%	27%	100%
... jih kasneje še kdaj uporabite.	Frekvenca	33	42	21	9	5	110
	Odstotek	30%	38%	19%	8%	5%	100%
... jih nikoli ne delite z	Frekvenca	41	20	21	26	2	110

drugimi.	Odstotek	37%	18%	19%	24%	2%	100%
... jih zbršete, ko je pomnilnik na telefonu poln.	Frekvenca	66	18	9	10	9	112
	Odstotek	59%	16%	8%	9%	8%	100%
... jih pošljete kot MMS sporočilo.	Frekvenca	77	25	6	3	1	112
	Odstotek	69%	22%	5%	3%	1%	100%
... jih delite na socialnih omrežjih.	Frekvenca	64	29	7	7	3	110
	Odstotek	58%	26%	6%	6%	3%	100%
... jih shranite na drug medij.	Frekvenca	32	25	8	10	36	111
	Odstotek	29%	23%	7%	9%	32%	100%

Kot sem ugotovila že pri zgornjem vprašanju, respondenti večino fotografij zelo redko, le v manj kot 20 odstotkih delijo z drugimi prek MMS sporočila ali na družbenih omrežjih, hkrati pa tudi največ anketiranih pravi, da je manj kot 20 odstotkov fotografij, ki jih nikoli ne delijo z drugimi (glej Graf 4.7). To bi lahko pomenilo, da obstaja še kakšna praksa deljenja fotografij, ki je sama nisem navedla, oziroma, da ta manjkajoči delež fotografij delijo neposredno na zaslonu telefona, kar se je pri zgornjem vprašanju pokazalo kot zelo pogosta praksa. Skoraj tretjina jih pravi, da veliko večino (80–100 odstotkov) fotografij shranijo na drug medij, medtem ko druga tretjina to naredi z največ 20 odstotki fotografij. Hkrati pa skoraj 60 odstotkov anketirancev trdi, da zbršijo največ 20 odstotkov fotografij, ko je pomnilnik poln, čeprav 68 odstotkov anketiranih pravi, da se v manj kot 40 odstotkih zgodi, da še kdaj uporabijo fotografijo posneto z mobilnim telefonom. Kar polovica pa jih je odgovorilo, da več kot 60 odstotkov vseh fotografij, posnetih z mobilnim telefonom, služi kot spomin. Iz zadnjih trditev lahko ponovno potrdim, da respondenti v precejšnji meri uporabljajo mobilni telefon kot nadomestek fotoaparata, saj fotografije kasneje shranijo na drug medij, jih redko zbršijo in jim služijo kot spomin. V primeru, da bi uporabljali mobilni telefon kot sredstvo vizualne komunikacije, bi najverjetneje bistveno manjši delež fotografij shranili, oziroma bi jih zbrisali, saj so predmet vsakdanje komunikacije navadno fotografije, ki nimajo spominske vrednosti, temveč le izražajo sedanost. Prav tako bi takšne fotografije le redko še kdaj uporabili. Ravno zato pa je zanimivo dejstvo, da kar 68 odstotkov anketiranih pravi, da se v manj kot 40 odstotkih zgodi, da še kdaj uporabijo fotografijo, posneto z mobilnim telefonom, čeprav naj bi velik odstotek fotografij služil kot spomin.

Graf 4.6: Prakse rabe mobilne fotografije



Pri zadnjem vprašanju (Tabela 4.20) so respondenti morali določiti, v kolikšni meri se strinjajo z danimi trditvami. Skoraj vsi se strinjajo, da je največja prednost fotoaparata ta, da imajo telefon vedno s seboj. Prav tako se jih 57 odstotkov strinja, da s tem, ko delijo fotografije z drugimi, pogosto izražajo neposredno sedanost. Zgornji dve trditvi potrjujeta, da gre pri mobilni fotografiji resnično za ritualno medosebno komunikacijo, saj se anketiranci strinjajo, da pogosto delijo z drugimi trenutno stanje, kar jim omogoča mobilni telefon, ki ga imajo vedno pri roki. Mojo domnevo o vizualni mobilni komunikaciji kot ritualni interakciji sta potrdili tudi naslednji dve trditvi, ki sta sicer obrnjeni, zato je nestrinjanje respondentov z njima pričakovano; *Fotografije, ki jih imam namen deliti z drugimi, redko delim takoj oziroma v zelo kratkem času po tem ko sem jih posnel; S telefonom redko fotografiram običajne, vsakodnevne stvari.* Fotografija, ki je predmet ritualnega komuniciranja, navadno izraža vsakdanjost in takojšnjost, s čimer sodelujoči v komunikaciji vzpostavijo t.i. vizualni klepet.

61 odstotkov respondentov je tudi potrdilo, da mobilni telefon pogosto služi kot mobilni 'foto album', s čimer postane predmet vsakdanjega ritualnega dogajanja, v katerem se posamezniki družijo, skupaj gledajo fotografije in se o tem pogovarjajo.

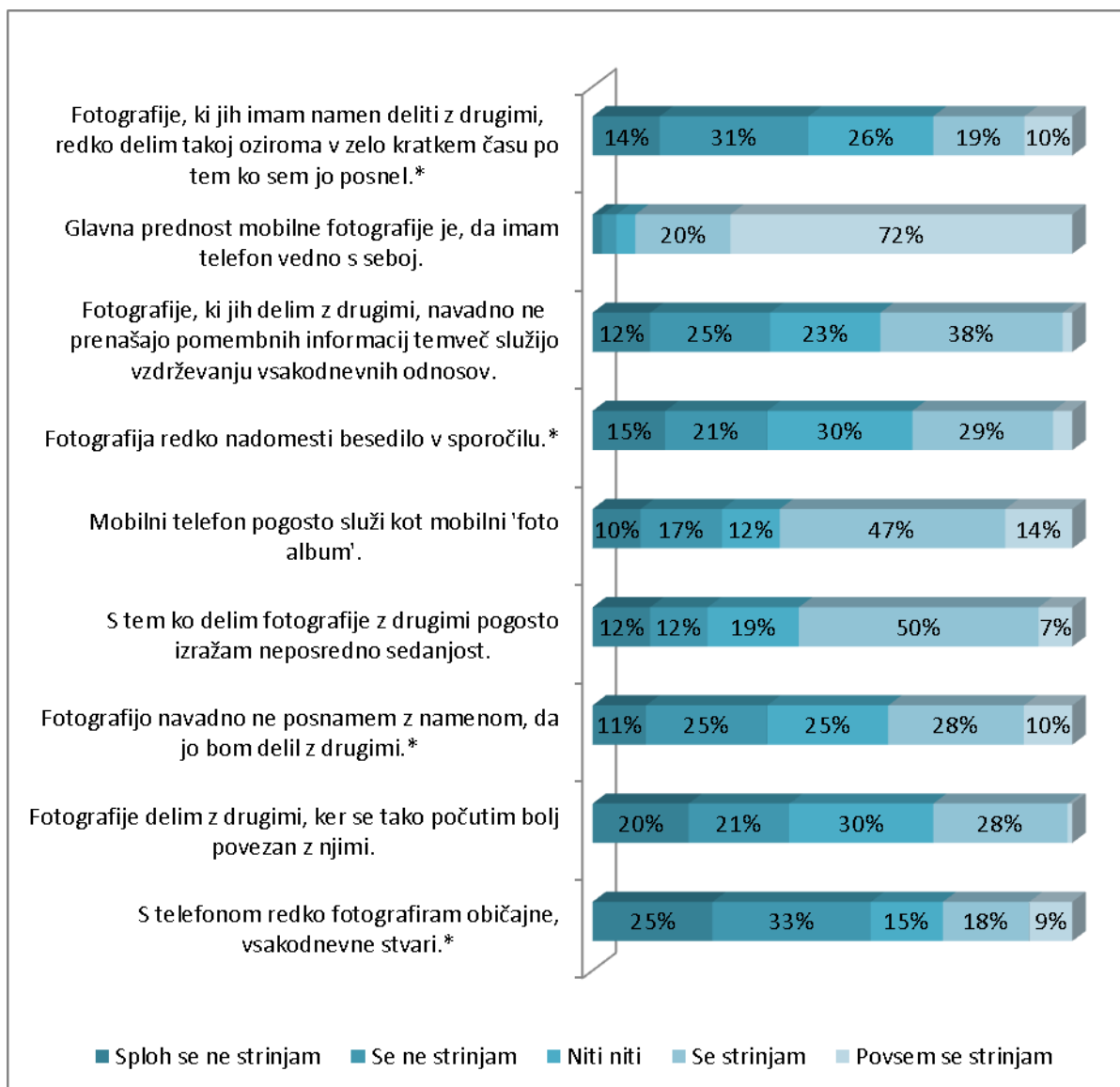
Tabela 4.20: Vprašanje 21

Prosim vas, da preberete spodnje trditve o rabi mobilne fotografije in označite, v kolikšni meri se strinjate z njimi.							
Odgovori		Sploh se ne strinjam	Se ne strinjam	Niti niti	Se strinjam	Povsem se strinjam	Skupaj
S telefonom redko fotografiram običajne, vsakodnevne stvari.	Frekvenca	29	38	17	20	10	114
	Odstotek	25%	33%	15%	18%	9%	100%
Fotografije delim z drugimi, ker se tako počutim bolj povezan z njimi.	Frekvenca	23	24	34	32	1	114
	Odstotek	20%	21%	30%	28%	1%	100%
Fotografijo navadno ne posnamem z namenom, da jo bom delil z drugimi.	Frekvenca	13	29	29	32	11	114
	Odstotek	11%	25%	25%	28%	10%	100%
S tem ko delim fotografije z drugimi, pogosto izražam neposredno sedanost.	Frekvenca	14	13	22	56	8	113
	Odstotek	12%	12%	19%	50%	7%	100%
Mobilni telefon pogosto služi kot mobilni 'foto album'.	Frekvenca	11	19	14	54	16	114
	Odstotek	10%	17%	12%	47%	14%	100%
Fotografija redko nadomesti besedilo v sporočilu.	Frekvenca	17	24	34	33	5	113
	Odstotek	16%	21%	30%	29%	4%	100%
Fotografije, ki jih delim z drugimi navadno ne prenašajo pomembnih informacij temveč služijo vzdrževanju vsakodnevnih odnosov.	Frekvenca	14	29	26	43	2	114
	Odstotek	12%	25%	23%	38%	2%	100%
Glavna prednost mobilne fotografije je, da imam telefon vedno s seboj.	Frekvenca	2	3	4	22	80	111
	Odstotek	2%	3%	4%	20%	72%	100%
Fotografije, ki jih imam namen deliti z drugimi,	Frekvenca	16	35	29	22	11	113

redko delim takoj oziroma v zelo kratkem času po tem ko sem jo posnel.	Odstotek	14%	31%	25%	20%	10%	100%
---	----------	-----	-----	-----	-----	-----	------

Glede naslednje trditve *Fotografije, ki jih delim z drugimi, navadno ne prenašajo pomembnih informacij temveč služijo vzdrževanju vsakodnevnih odnosov* so anketiranci precej razdvojeni, približno polovica se jih strinja in druga ne. Iz česar lahko razberemo, da lahko mobilna fotografija služi še kot predmet drugačne oblike medosebne komunikacije, ne le ritualne. Uporabniki pogosto preko vizualnega sporočanja posredujejo tudi pomembne podatke, in se dogovarjajo ali usklajujejo o vsakodnevnih pomembnih stvareh. Prav tako je precejšnje nestrinjanje glede trditve *Fotografijo navadno ne posnamem z namenom, da jo bom delil z drugimi*, več kot polovica pa jih nasprotuje trditvi, ki pravi, da *Fotografije delim z drugimi, ker se tako počutim bolj povezan z njimi*. Ti dve trditvi izražata, kako pogosto se zgodi, da fotografija nima sporočilne ali povezovalne vrednosti temveč npr. spominsko, kar sem ugotovila pri prejšnjih vprašanjih. Podobno si lahko razlagamo tudi nestrinjanje respondentov, ali fotografija lahko nadomesti besedilo v sporočilu, ali ne. 36% odstotkov jih meni, da fotografija pogosto nadomesti besedilo, od tega se jih 15% s tem povsem strinja, medtem ko jih 33% temu nasprotuje. Kar si lahko razlagam z dejstvom, da je medosebna vizualna komunikacija še dokaj novo področje, kjer zaenkrat uporabniki bolj 'kramljajo' s fotografijami, ki jim največkrat dopišejo besedilo kot, da si izmenjujejo zgolj vizualna sporočila, iz katerih bi prejemnik mogel v celoti razbrati sporočilo. Za tako napredno vizualno obliko komunikacije bo po mojem mnenju moglo preteči še nekaj časa, uporabniki pa se bodo morali v tem času izuriti tako v kodiranju kot dekodiranju vizualnih sporočil.

Graf 4.7: Mobilna fotografija kot vizualna komunikacija



Ob koncu bi le še omenila, da je anketni vprašalnik v veliki meri sestavljen iz vprašanj, na katere odgovori temeljijo na samooceni respondentov. Sodelujoči so tako kar nekajkrat morali oceniti, kako pogoste so določene navade glede uporabe mobilnega telefona in njegovega fotoaparata. Zaradi tega se odgovori med posamezniki lahko razlikujejo, kar bi lahko vplivalo tudi na rezultate raziskave.

5 Sklep

Fotografija je že od nekdaj del našega vsakdana in pomemben del življenja. Že od samih začetkov je imela spominsko in dokumentarno vrednost. Ljudje so s fotografijo ovekovečili obdobja svojih življenj in te zamrznjene trenutke hranili v škatlah in foto albumih ali pa so krasile stene domov, nočnih omaric ali delovnih miz. Od nekdaj so bile fotografije predmet pogovorov, največkrat so na družinskih ali prijateljskih srečanjih krožile med prisotnimi, ki so ob njih obujali spomine.

Hkrati pa so fotografije in tudi drugi vizualni materiali že zelo dolgo del vsakdanje komunikacije. Pogosto veliko lažje nekomu nekaj razložimo, če mu to narišemo ali pokažemo sliko. Ko razlagamo domačim ali bližnjim, kako smo se imeli na dopustu ali na potovanju, največkrat pokažemo fotografije ali video posnetke. Naše prve knjige so krasile ilustracije, ki so pripomogle, da smo si lažje predstavljali zgodbe, šolske knjige so polne vizualnega materiala, zaradi katerega bolje razumemo besedilo, časopisi in revije so dopolnjeni z fotografijami, ki največkrat potrjujejo resničnost nekega dogodka, itd.

Z razvojem novih informacijsko-komunikacijskih tehnologij pa so fotografije in drugi vizualni material postali močno integrirani v naše življenje. Cenovno vedno bolj dostopni in zaradi svoje velikosti veliko bolj priročni digitalni fotoaparati, ter kasneje mobilni telefoni s fotoaparatom, ki nas spremljajo na vsakem koraku, so omogočili, da je fotografija vstopila v vsakdan posameznika. Prav s prihodom mobilnih telefonov s fotoaparatom in kasneje pametnih telefonov pa se je odprlo povsem novo področje vizualne komunikacije, in sicer medosebne vizualne komunikacije. Mobilni telefon, kot vsakdanji spremljevalec velike večine ljudi, je z na novo pridobljeno funkcijo omogočil posameznikom, da ujamejo v objektiv najbolj vsakdanje stvari in jih v istem trenutku delijo z drugimi. Komuniciranje s fotografijami pa je tako postalo ena izmed oblik ritualne komunikacije, za katero so, kot pravi James W. Carey, ključnega pomena deljenje, sodelovanje in druženje.

Kljub temu, da se uporabniki strinjajo, da je glavna prednost fotoaparata na mobilnem telefonu njegova vseprisotnost in da je veliko uporabnikov, ki pogosto posnamejo fotografijo z njim, pa je še vedno ključna prednost, ki jo telefon nudi, močno neizkoriščena. Telefon kot komunikacijsko sredstvo s tem, ko mu dodamo fotoaparata, ni postal toliko predmet vizualne komunikacije kot le fotoaparata v telefonu. Ljudje ga uporabljajo, vendar z z njim posnetimi fotografijami ne komunicirajo pogosto. Veliko pogosteje, kot jih posredujemo ali delimo, fotografije na zaslonu pokažemo drugim. Na ta način pa je fotografija tudi pogosto sredstvo pogovora. Raba mobilnega telefona kot fotoaparata in nadalje kot mobilnega foto albuma pa bolj spominja na fotoaparata in foto album v enem kot fotoaparata in telefon v enem. Ljudje so še vedno, tako kot v starih časih, navajeni fotografije deliti z drugimi v njihovi prisotnosti in z njimi o njih razpravljati. S tem pa sem tudi potrdila svojo hipotezo, da mobilna fotografija služi kot mobilni spomin, ki je vedno dostopen in pogosto sredstvo pogovora.

Takšen način rabe fotoaparata na mobilnem telefonu ter z njim posnetih fotografij pa ne pomeni, da mobilna fotografija s svojim pojavom ni postala sredstvo vsakdanje ritualne komunikacije. Iz raziskave je vidno, da ljudje z mobilnim telefonom navadno fotografirajo bolj vsakdanje stvari, hkrati pa fotografije, ki jih posredujejo ali delijo z drugimi, pogosto ne prenašajo nekih pomembnih informacij, temveč služijo bolj za vzdrževanje odnosov. Uporabniki pogosto, s tem ko delijo fotografije z drugimi, izražajo sedanost. Povezovalna vrednost je ključna značilnosti ritualne komunikacije, kar pa je značilno tudi za foto sporočanje. Mikko Villi (2010) ta način sporočanja poimenuje vizualni klepet (visual chitchat/small-talk), saj so predmet pogovora največkrat fotografije iz vsakdanjega življenja.

Mobilni telefon ne igra pomembne vloge le pri vzdrževanju odnosov, temveč tudi pri prenosu informacij. Mobilna fotografija je tako kot predmet vsakdanje medosebne komunikacije postala tudi pomembno sredstvo za posredovanje bolj pomembnih vsakodnevnih stvari. Planiranje in koordiniranje tako službenih kot osebnih obveznosti je prav tako pomemben del medosebne vizualne komunikacije. Ritualna komunikacija tako pokriva le eno dimenzijo medosebne komunikacije, medtem ko o komunikaciji, za

katero je ključnega pomena prenos informacij, govori transmisijski model komuniciranja.

Raziskava je pokazala, da se uporabniki mobilne fotografije še premalo zavedajo potencialov, ki jih omogoča nova oblika fotografije oziroma komunikacije. Mobilno fotografijo so uporabniki sicer zelo hitro sprejeli, le počasi pa se navajajo na možnosti, ki jih le-ta omogoča. Razlog za to je najverjetneje smiselno iskati v poplavi številnih informacijsko-komunikacijskih tehnologij, saj ljudje težko sledijo vsem trendom na področju komuniciranja. Razvoj tehnologije je tako hiter, da uspejo le preizkusiti nov način komuniciranja, ne uspejo pa se navaditi nanj in ga začeti tudi redno uporabljati. Foto sporočanje z mobilnim telefonom je tako le ena izmed oblike komuniciranja, ki jim je na voljo, pa še ta se neprestano spreminja, saj vsaka nova aplikacija omogoča nekaj novega. Medtem so nekateri še vedno navajeni uporabljati fotografije tako, kot so jih v preteklosti, telefon pa prav tako.

Mobilni telefon s fotoaparatom je s svojim prihodom kljub temu spremenil rabo fotografije in prav tako tudi način komuniciranja. V galerijah fotografij na mobilnem telefonu so se poleg tistih, ki smo jih vajenih pri navadnem fotoaparatu, pojavili še povsem novi motivi iz vsakdanjega življenja, ki so se pred tem redko pojavili v albumih. Mobilna fotografija pa je postregla tudi s povsem novimi vrednostmi fotografij, ki jih redko pripisujemo fotografijam, posnetim z navadnim fotoaparatom. Z mobilno fotografijo se je fotografija tudi približala številnim ljudem, ki pred tem niso uporabljali fotoaparata, hkrati pa jim omogočila, da delijo fotografijo skoraj v trenutku posnetka. Prepričana sem, da je pojav mobilne fotografije zelo pomemben za nadaljnji razvoj vizualne medosebne komunikacije, saj kot pravi stari rek: *Slika pove več kot tisoč besed.*

6 Literatura

1. Baym, Nancy. 2010. *Personal connections in the digital age*. London: Polity.
2. Carey, James W. 1989. A Cultural Approach to Communication. V *Communication as Culture: Essays on Media and Society*, 13–36. Boston: Unwin Hyman.
3. Castells, Manuel, Mireia Fernandez-Ardevol, Jack Linchuan Qiu in Araba Sey. 2007. *Mobile Communication and Society: A Global Perspective*. Cambridge; Massachusetts, London, England: The MIT Press.
4. Collins, Randall. 2004. *Interaction Ritual Chains*. Princeton; New York: Princeton University Press.
5. Davies, Julia. 2007. Display, identity and the everyday: self-presentation through online image sharing. *Discourse: studies in the cultural politics of education* 28 (4): 549–564.
6. Hardt, Hanno. 2008. Talk, or decline of conversation in the age of mass communication. V *Alternative media ant the politics of resistance: perspectives and challenges*, ur. Mojca Pajnik in John D.H. Downing, 17–30. Ljubljana: Peace Institute.
7. Ling, Richard Seyler. 2004. *The mobile connection: the cell phone's impact on society*. San Francisco: Morgan Kaufmann.
8. --- 2008. *New Tech, New Ties: How Mobile Communication Is Reshaping Social Cohesion*. Cambridge; London: The MIT Press.
9. Luthar, Breda in Tanja Oblak Črnič. 2009. Mobilni telefon, kulturna konstrukcija tehnologij in transformacija vsakdana. V *Mobilni telefon in transformacija vsakdana*, ur. Tanja Oblak Črnič in Breda Luthar, 5–30. Ljubljana: FDV.
10. Reading, Anna. 2009. Memobilia: Mobile Phones Making New Memory Forms. V *Save As ... Digital Memories*, ur. Joanne Garde-Hansen, Andrew Hoskins in Anna Reading, 81–95. London: Palgrave.
11. Rivière, Carole. 2005. Mobile Camera Phones: A New Form of 'Being Together' in Daily Interpersonal Communication. V *Mobile Communications: Re-negotiation of the Social Sphere*, ur. Richard S. Ling in Per E. Pedersen, 167–186. London: Springer Verlag.

12. Rothenbuhler, Eric W. 1998. *Ritual communication: from everyday conversation to mediated ceremony*. London; Thousand Oaks; New Delhi: Sage.
13. Scifo, Barbara. 2005. *The Domestication of Camera-Phone and MMSCommunication: The Early Experiences of Young Italians*. Dostopno prek: http://www.socialscience.t-mobile.hu/Passagen_engl4_Scifo.pdf (20. julij 2013).
14. Slater, Don. 1995. Domestic Photography and Digital Culture. V *The Photographic Image in Digital Culture*, ur. Martin Lister, 129–146. London: Routledge.
15. Van Dijck, José. 2008. Digital photography: communication, identity, memory. *Visual Communication* 7 (1): 57–76.
16. Villi, Mikko. 2010. *Visual mobile communication: camera phone photo messages as ritual communication and mediated presence*. Aalto University, School of Art and Design.
17. Ule, Mirjana. 1993. *Psihologija vsakdanjega življenja*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
18. --- 2005. *Psihologija komuniciranja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
19. --- 2009. Psihosocialni konteksti posredovanega medosebne komuniciranja. V *Mobilni telefon in transformacija vsakdana*, ur. Tanja oblak Črnič in Breda Luthar, 131–154. Ljubljana: FDV.

Priloga A: Vprašalnik - Raba fotoaparata na mobilnem telefonu

Pozdravljeni,

Sem študentka Medijskih in komunikacijskih študij na Fakulteti za družbene vede, ki v svojem diplomskem delu raziskuje rabo fotoaparata na mobilnem telefonu. V nadaljevanju sem pripravila nekaj vprašanj, ki vam ne bodo vzela več kot 10 minut časa, medtem ko bodo vaši odgovori meni v veliko pomoč pri nadaljnjem delu. Anketa je anonimna, podatke pa bom uporabila izključno za raziskavo v svoji diplomski nalogi.

Že vnaprej se vam zahvaljujem za vaše odgovore!

Petra Kastelic

1 - Koliko let uporabljate mobilni telefon?

- Nisem uporabnik
- Manj kot 2 leti
- 2-6 let
- 7-12 let
- Več kot 12 let

2 - Ali ste uporabnik pametnega telefona?

- Da
- Ne

3 - Katere funkcije na telefonu uporabljate poleg telefonskega pogovora?

Možnih je več odgovorov

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> SMS | <input type="checkbox"/> dostop do interneta | <input type="checkbox"/> antivirusni program |
| <input type="checkbox"/> MMS | <input type="checkbox"/> dostop do družbenih omrežij | <input type="checkbox"/> urejevalnik besedila |
| <input type="checkbox"/> fotoaparata | <input type="checkbox"/> opomnik | <input type="checkbox"/> zemljevid |
| <input type="checkbox"/> video pogovor | <input type="checkbox"/> vremenska napoved | <input type="checkbox"/> predvajalnik glasbe |
| <input type="checkbox"/> poštni predal | <input type="checkbox"/> gledanje videov | <input type="checkbox"/> budilka |
| <input type="checkbox"/> igre | <input type="checkbox"/> GPS navigacija | <input type="checkbox"/> Drugo: |
| <input type="checkbox"/> video snemalnik | <input type="checkbox"/> koledar | |

4 - Zakaj ne uporabljate zgoraj naštetih funkcij?

5 - Ali uporabljate fotoaparata, ki ni ta na mobilnem telefonu?

- Da.
- Ne. Zakaj?

6 - Ali imate fotoaparat na mobilnem telefonu?

- Da
 Ne

7 - Ali uporabljate fotoaparat na mobilnem telefonu?

- Da.
 Ne. Zakaj?

(Vprašanja 8-21 se prikažejo le anketirancem, ki so na vprašanje 7 odgovorili pritrdilno.)

8 - Kako hitro ste sprejeli in se navadili na novo funkcijo na telefonu?

9 - Prosim vas, da na spodnji lestvici označite, kako pogosto ...

	Vsakodne vno	Večkrat na teden	Nekajkrat na mesec	Nekajkrat na leto	Nikoli
... posnamete fotografijo z mobilnim fotoaparatom.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... posnamete fotografijo z navadnim fotoaparatom.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... komunicirate z vizualnim materialom (pošiljanje fotografij in slik, video klici ...).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10 - Prosim označite, ob katerih priložnostih uporabljate fotoaparat in kdaj fotoaparat na mobilnem telefonu.

Izberete lahko tudi obe možnosti.

	Fotoaparat	Mobilni telefon
Lastna ali družinska osebna praznovanja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Osebna praznovanja prijateljev, znancev ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Potovanja, dopusti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Izleti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vsakdanje življenje/stvari	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Za sporočanje	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kot opomnik, zapis, da česa ne pozabim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Javni dogodki (športni, kulturni ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Druženje s prijatelji	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zabave	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Naravne katastrofe ali pojavi, nesreče ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
V službi ali na faksu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Drugo:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11 - Prosim označite, kakšno vrednost imajo za vas fotografije posnete z fotoaparatom ter kakšno fotografije posnete z mobilnim telefonom.

Izberete lahko tudi obe možnosti.

	Fotoaparat	Mobilni telefon
Spominsko	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sporočilno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informacijsko	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dokumentarno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Povezovalno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Drugo:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12 - Prosim vas, da na hitro pregledate vašo galerijo fotografij na telefonu in označite, kateri motivi se največkrat pojavijo.

Možnih je več odgovorov

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> družina in bližnji | <input type="checkbox"/> stavbe, znamenitosti | <input type="checkbox"/> prostori, ambient, notranja oprema |
| <input type="checkbox"/> avtoportret | <input type="checkbox"/> ljudje | <input type="checkbox"/> šport |
| <input type="checkbox"/> narava, pokrajina | <input type="checkbox"/> prevozna sredstva | <input type="checkbox"/> rože in ostale rastline |
| <input type="checkbox"/> hišni ljubljenci in živali | <input type="checkbox"/> obleke in modni dodatki | <input type="checkbox"/> Drugo: |
| <input type="checkbox"/> hrana in pijača | <input type="checkbox"/> mesta, ulice, trgi | |
| <input type="checkbox"/> glasbeni in kulturni dogodki | <input type="checkbox"/> table, znaki, napisi, grafiti | |

13 - Prosim vas, da spodaj označite kolikokrat ste v zadnjih dveh tednih storili spodaj naštetih stvari z mobilnim telefonom.

	Nikoli	1-2x	3-6x	7-14x	Več dnevno
Posneli ste fotografijo z mobilnim telefonom.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fotografijo ste poslali kot MMS sporočilo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fotografijo ste delili preko mobilnih aplikacij na družbenih omrežjih.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fotografijo ste fizično pokazali nekemu na zaslonu telefona.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fotografija posneta z mobilnim telefonom je bila predmet pogovora.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ko ste poslali ali delili fotografijo, ste zraven zapisali spremno besedilo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fotografijo ste objavili na osebni spletni strani ali blogu.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prejeli ste fotografijo kot MMS sporočilo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14 - Ali sta bila to vaša dva tipična tedna?

- Da.
 Ne.

15 - Ali uporabljate mobilne aplikacije za deljenje fotografij?

- Da
 Ne

(Anketirancem, ki so na vprašanje 15 odgovorili pritrdilno se jim prikazeta vprašanji 16 in 17.)

16 - Spodaj označite katere aplikacije za deljenje fotografij uporabljate in s kom najpogosteje delite fotografije.

	Uporabljam	Nobenim	Družino	Prijatelji	Znanci	Vsemi
Pinterest	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facebook	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitter	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instagram	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Povio	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Flickr	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Foursquare	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Google+	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tumblr	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Drugo:	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17 - Preko katerih aplikacij najpogosteje delite fotografije? (označite s številkami; 1 pomeni najpogosteje, medtem ko pri tistih, ki jih ne uporabljate pustite okence prazno)

Pinterest	<input type="text"/>
Facebook	<input type="text"/>
Twitter	<input type="text"/>
Instagram	<input type="text"/>
Povio	<input type="text"/>
Flickr	<input type="text"/>
Foursquare	<input type="text"/>
Google+	<input type="text"/>

18 - Ali uporabljate mobilne aplikacije za urejanje fotografij?

- Da
 Ne.

(Anketirancem, ki so na vprašanje 18 odgovorili pritrdilno se jim prikazeta vprašanji 19.)

19 - Kako najpogosteje uredite fotografije? (označite s številkami; 1 pomeni najpogosteje, medtem ko pri tistih funkcijah, ki jih ne uporabljate pustite okence prazno)

Fotografijo obrežem.	<input type="text"/>
Fotografijo popravim.	<input type="text"/>
Fotografiji dodam besedilo.	<input type="text"/>
Na fotografiji popravim/sprememim barve.	<input type="text"/>
Fotografiji dodam filter (črno-bela, polaroid, sepia ...).	<input type="text"/>
Fotografiji dodam okvir.	<input type="text"/>

20 - Prosim vas, da označite za kolikšen delež vseh posnetih fotografij z mobilnim telefonom lahko trdite, da ...

	0-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
... služijo kot osebni spomin.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... jih kasneje še kdaj uporabite.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... jih nikoli ne delite z drugimi.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... jih zberšete, ko je pomnilnik na telefonu poln.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... jih pošljete kot MMS sporočilo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... jih delite na socialnih omrežjih.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... jih shranite na drug medij.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

21 - Prosim vas, da preberete spodnje trditve o rabi mobilne fotografije in označite v kolikšni meri se strinjate z njimi.

	Sploh se ne strinjam	Se ne strinjam	Niti niti	Se strinjam	Povsem se strinjam
S telefonom redko fotografiram običajne, vsakodnevne stvari.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fotografije delim z drugimi, ker se tako počutim bolj povezan z njimi.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fotografijo navadno ne posnamem z namenom, da jo bom delil z drugimi.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
S tem ko delim fotografije z drugimi, pogosto izražam neposredno sedanost.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mobilni telefon pogosto služi kot mobilni 'foto album'.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fotografija redko nadomesti besedilo v sporočilu.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fotografije, ki jih delim z drugimi navadno ne prenašajo pomembnih informacij temveč služijo vzdrževanju vsakodnevnih odnosov.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Glavna prednost mobilne fotografije je, da imam telefon vedno s seboj.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fotografije, ki jih imam namen deliti z drugimi, redko delim takoj oziroma v zelo kratkem času po tem ko sem jo posnel.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

22 - Spol:

- Moški
 Ženski

23 - Starost

24 - Poklic ali smer študija

Odgovorili ste na vsa vprašanja in s tem prišli do konca ankete. Vendar, ker se ob pregledu podatkov lahko zgodi, da se mi pojavi še kakšno vprašanje, bi bila zelo vesela, v kolikor ste pripravljeni še nadalje sodelovati, da mi pustite svoj kontakt.

E-mail ali telefon

Najlepša hvala za sodelovanje!